

**EFOP-3.6.2-16-2017-003: „Sport- Rekreációs- és Egészséggazdasági
Kooperációs Kutatóhálózat létrehozása” projekt**

**A hazai és nemzetközi sportfogyasztási szokások, és trendek kvantitatív
összehasonlító vizsgálata feladat
Dr. Rappai Gábor PTE szakmai vezető**

*HRDOP-3.6.2-16-2017, Cooperative Research Network in Economy of Sport,
Recreation and Health*

Sportfogyasztás

**a magyar lakosság sportolással, sportfogyasztással kapcsolatos magatartása
– országosan reprezentatív (n=1000) és országosan nem reprezentatív
(n=3000) online megkérdezések eredményeinek összehasonlítása**

*The attitudes of Hungarian population about sport – comparison of the results of nationally
representative (n = 1000) and nationally non-representative (n = 3000) online surveys*

CSÓKA LÁSZLÓ

PhD hallgató, PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, csoka.laszlo@tkk.pte.hu

TÖRŐCSIK MÁRIA

CSc, egyetemi tanár, PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, torocsik.maria@tkk.pte.hu

Pécs, 2020

Hivatkozás módja:

CSÓKA, L. – TÖRŐCSIK, M. (2020): Sportfogyasztás. A magyar lakosság sportolással, sportfogyasztással kapcsolatos magatartása – országosan reprezentatív (n=1000) és országosan nem reprezentatív (n=3000) online megkérdezések eredményeinek összehasonlítása.

Kézirat. [Számítógép-fájl].

EFOP-3.6.2-16-2017-003, Pécs, PTE KTK, 127. p.

CSÓKA, L. – TÖRŐCSIK, M. (2020): Sport consumption. The attitudes of Hungarian population about sport – comparison of the results of nationally representative (n = 1000) and nationally non-representative (n = 3000) online surveys. Working paper. [Electronic file]. EFOP-3.6.2-16-2017-003, Pécs, PTE KTK, 127. p.

ISBN 978-963-429-517-4

Tartalomjegyzék

1. A tanulmány célkitűzései, kutatási kérdések, módszertan	6
2. Kutatási eredmények.....	8
3. Háttérelmzések eredményei	25
4. Korrespondencia elemzés	100
5. Összegzés	105
Mellékletek.....	107

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 1/3	8
2. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 2/3	9
3. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 2/3	10
4. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 1/3 (n=1000 és n=3000)	15
5. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 2/3 (n=1000, n=3000).....	16
6. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 2/3 (n=1000, n=3000).....	17
7. táblázat: Sportköltségek mértéke (n=1000 és n=3000).....	24
8. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000 és n=3000).....	101
9. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000, n=3000).....	101
10. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000, n=3000).....	102

Ábrajegyzék

1. ábra: Sportolási rendszeresség (n=1000 és n=3000).....	11
2. ábra: A sportolás hiányának oka (n=504 és n=1537).....	12
3. ábra: Sportolási motivációk 1/2 (n=496 és n=1463).....	13
4. ábra: Sportolási motivációk 2/2 (n=496 és n=1463).....	14
5. ábra: Attitűdállítások a sportfogyasztás kapcsán 1/2 (n=1000, n=3000).....	19
6. ábra: Attitűdállítások a sportfogyasztás kapcsán 2/2 (n=1000, n=3000).....	20
7. ábra: Egészségérzet (n=1000, n=3000).....	21
8. ábra: Sportköltségek aránya 1/2 (n=1000, n=3000).....	22
9. ábra: Sportköltségek aránya 2/2 (n=1000, n=3000).....	23
10. ábra. Sportolási rendszeresség – háttérelmzés (n=1000)	25
11. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérelmzés (n=3000)	26
12. ábra: A sportolás hiányának oka – háttérelmzés (n=1000)	27
13. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	28
14. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	28
15. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	29
16. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	29
17. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	30
18. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	30
19. ábra: A sportolás hiányának oka – háttérelmzés (n=3000)	31
20. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	31
21. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	32
22. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	32
23. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	33

24. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	33
25. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	34
26. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	34
27. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	35
28. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000).....	35
29. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000).....	36
30. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	37
31. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	37
32. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	38
33. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	38
34. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	39
35. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	40
36. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	40
37. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	41
38. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	42
39. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	43
40. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	43
41. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	44
42. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	45
43. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	46
44. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	47
45. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	48
46. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000).....	48
47. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	49
48. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000).....	50
49. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	50
50. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	51
51. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	52
52. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	53
53. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	54
54. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	55
55. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	56
56. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	57
57. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	58
58. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	59
59. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	60
60. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	61
61. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	62
62. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	63
63. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	64
64. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	65
65. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	66
66. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	67
67. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	68
68. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	69
69. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000).....	69
70. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000).....	70

71. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	71
72. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	72
73. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	73
74. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	74
75. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	75
76. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	76
77. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	77
78. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	78
79. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	79
80. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	80
81. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	81
82. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	82
83. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	83
84. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	84
85. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	85
86. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	86
87. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	87
88. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	88
89. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	89
90. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	90
91. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	91
92. ábra: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	92
93. ábra: Egészség - háttérelmezés (n=1000)	93
94. ábra: Egészség - háttérelmezés (n=3000)	94
95. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=1000)	95
96. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=1000)	96
97. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=3000)	96
98. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=1000)	97
99. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=1000)	97
100. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=1000)	98
101. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=3000)	99
102. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=3000)	99
103. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmezés (Ft) (n=3000)	100
104. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép (n=1000)	103
105. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép (n=3000)	104

Mellékletek

1. melléklet: Sportolási motivációk 1/2 (n=496 és n=1463)	107
2. melléklet: Sportolási motivációk 2/2 (n=496 és n=1463)	108
3. melléklet: Attitűdállítások a sportfogyasztás kapcsán (n=1000, n=3000)	109
4. melléklet: Sportolási motivációk - háttérelmezés (n=3000)	111
5. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	112
6. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	113
7. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	114
8. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	115

9. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	116
10. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	117
11. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	118
12. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	119
13. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	120
14. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	121
15. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	122
16. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	123
17. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	124
18. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)	125
19. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)	126
20. melléklet: Egészség - háttérelmezés (n=1000)	126
21. melléklet: Egészség - háttérelmezés (n=3000)	127

1. A tanulmány célkitűzései, kutatási kérdések, módszertan

A sportfogyasztási szokások kutatásának célja, hogy a korábban már hazánkban elvégzett vizsgálatokhoz viszonyítva kvantitatív módon elemezhető legyen az elmúlt évek változása a háztartások sportfogyasztásában, valamint cél az, hogy különféle témakörökben megállapítsuk az eltérő fogyasztási mintázatú csoportok jellemzőit, döntéseik motivációit.

Az összegyűjtött adatok megfelelő alapot nyújtanak a mélyebb elemzéshez az eddigi hazai kutatásokhoz képest – melyek vagy háztartástatistikákon alapultak vagy keresztmetszeti pillanatfelvételek voltak –, vagyis megfelelően kategorizált és részletesen elemezhető, objektíven nyilvántartott adatbázis alapján levonhatók olyan következtetések, amelyek lehetővé teszik a sportpiac fogyasztási szereplőinek szegmentálását.

A kutatás eredményeként a sportfogyasztási piacon megjelenő háztartások klaszterei képezhetők, amely klaszterek megismerése alapot nyújt a megfelelő ösztönzők és marketingakciók kidolgozásához. Ennek eredményeként konkrét javaslatok, sport- és népegészségügyi programok kerülhetnek megfogalmazásra, ami segíthet abban, hogy az adott csoport fogyasztását, aktivitását magasabb szintre lehessen emelni. Mivel ezen tanulmányban részben reprezentatív mintán dolgozunk, ezért a sporttal nem foglalkozók, a sportra egyáltalán nem költők esetére is kidolgozásra kerülhetnek ösztönzők, illetve megnyerésükre cselekvési marketingterv is készülhet.

További célunk a sportfogyasztási szokások időbeni változásának későbbi vizsgálatához egy olyan standard módon lekérdezhető kérdőív létrehozása, amellyel időszakosan újra és újra vizsgálható a magyar lakosság körében a témakör. Gyakorlati szempontból ehhez fontos feltárni a minta reprezentativitásának hiányából fakadó következményeket, mivel a jövőben feltételezhetően nem minden esetben lesz lehetőség reprezentatív mintát alkalmazni. Jelen kutatásunkat ilyen szemléletben végeztük el. Ennek következményeként tanulmányunkban párhuzamosan, egymással összehasonlítva szemléltetjük reprezentatív és nem reprezentatív mintáink eredményeit.

kutatási kérdések

A jelen tanulmányban bemutatott primer kutatásunk kiindulópontját a teljes projekt során vizsgált kutatási céljaink és a 2018 május-júniusában lefolytatott 2000 fős személyes megkérdezésünk eredményei határozták meg. Megfogalmaztuk azokat a témaköröket, amik a sportfogyasztási szokások vizsgálatát egy standard módon lekérdezhető kérdőívben is kellően széles körben teszik lehetővé. Ezen felül kutatásunk fókuszát képezi a témakörök nem reprezentatív mintán való vizsgálhatóságának kérdése is.

Mi jellemzi a magyar sportfogyasztók magatartását?

- a rendszeresen sportolók aránya
- a sportfogyasztás különböző típusainak vizsgálata
- milyen eredményeket ad az általunk kifejlesztett sportfogyasztói magatartást mérő skála

- mekkora a különböző sporthoz kapcsolódó termék és szolgáltatás kategóriákban a pénzben kifejezett fogyasztás mértéke

Milyen sportolási motivációkkal rendelkeznek a rendszeresen sportoló magyarok?

- milyen eredményeket ad az általunk kifejlesztett általános sportmotivációt mérő skála
- mik a nemfogyasztás okai

Milyen a magyar lakosság körében a különböző sportoló típusok megítélése?

– a profi egyéni-csoport-szellemi sportolóknak és az amatőr sportolóknak tulajdonított jellemzők

Milyen különbségek tapasztalhatók a magyar lakosság sportfogyasztásának mérésében reprezentatív helyett nem reprezentatív nagyminta megkérdezést alkalmazva?

- reprezentatív és nem reprezentatív online megkérdezések eredményeinek különbségei
- a minta reprezentativitásának hiányából fakadó torzítások

kutatási előzmények, kutatási módszertan

2019 augusztus-szeptemberében egy reprezentatív országos felnőtt (16-69 évesek) lakossági 1000 fős mintán online megkérdezést végeztünk, hogy a keletkező adatok valid képet adjanak az általunk vizsgált egyes magyarországi sportfogyasztási szokásokról. Párhuzamosan, ugyanakkor lefolytattunk egy nem reprezentatív, kényelmi mintavételen alapuló 3000 fős online megkérdezést is (16-91 évesek válaszával), amelynek kérdőíve teljesen megegyezett a reprezentatív megkérdezésünk kérdőívével. Jelen tanulmányban párhuzamosan publikáljuk mindkét megkérdezésünk eredményeit, minden esetben jelezve, ha a két minta között statisztikailag igazolható különbség van. A kutatás eredményeinek összevetése korábbi kutatásokkal alkalmas lehet arra is, hogy komplex képet kapjunk arról, hogy miként alakulnak hazánkban a sportfogyasztási szokások, a sporttal kapcsolatos attitűdök.

A kérdőív kidolgozása során a reprezentatív 2000 fős személyes megkérdezésünk kérdőívét vettük alapul, amivel 2018-ban vizsgáltuk a magyar sportfogyasztási szokásokat. A kérdések körét az online forma miatt jócskán leszűkítettük, a kérdéseket pedig finomítottuk a korábbi tapasztalatok alapján. Korábbi kutatásunk céljai között is megjelent, hogy standard módon ismételtető sportfogyasztási kérdőívet alakítsunk ki. Jelen kutatásunk emiatt szorosan kapcsolódik 2018-as megkérdezésünkhöz, részben annak folytatásaként értelmezhető, így egyes kérdések esetén teszteltük a személyes kérdőívünk online módon való lekérdezhetőségét is.

1000 fős online megkérdezést végeztünk tehát abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét több, sportfogyasztáshoz kötődő témakörrel kapcsolatban is vizsgáljuk. A megkérdezés reprezentatív a 16-69 éves magyar lakosságra nem, kor, régió, végzettség és a lakóhely településtípusa szerint. Mellette *3000 fős online megkérdezést* végeztünk kényelmi mintavétel segítségével, hogy feltérképezhetővé váljanak a minta reprezentativitásának hiányából származó következmények és eltérések. Ezek megállapítása kulcskérdést jelent kérdőívünk jövőbeni standard módon történő használata szempontjából. Jelen tanulmány jellegéből fakadóan megállapítjuk az eltérések jelenlétét az egyes kérdések esetében, ezek mélyebb elemzésével azonban későbbi publikációinkban foglalkozunk mélyebben.

Az eredmények feldolgozását két részben végezzük el: először az elsődleges (gyakorisági) elemzéseket mutatjuk be, amit a demográfiai háttérelmések követnek. A két minta közötti eltéréseket, csakúgy, mint az egyes demográfiai csoportok egyes kérdéseire adott válaszaiban megtalálható eltéréseket, statisztikai módszerekkel vizsgáljuk. Ennek során a folytonos változók esetén varianciaanalízis, míg a nem folytonos változók esetén Khí-négyzet próba segítségével vizsgáljuk, hogy vannak-e a válaszokban statisztikailag igazolható szignifikáns eltérések ($p < 0,05$). A demográfiai háttérelmézésbe bevont változók: nem, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka, jövedelmi helyzet szubjektív megítélése.

2. Kutatási eredmények

Jelen fejezetben online megkérdezéseink egyváltozós (gyakorisági) elemzésének eredményeit közöljük. Az eredmények minél pontosabb értelmezéséhez és megértéséhez először a két minta demográfiai jellemzőinek összehasonlítása szükséges. Ehhez a következőkben megállapítjuk 1000 fős reprezentatív és 3000 fős nem reprezentatív mintáink statisztikai értelemben vett szignifikáns különbségeit. Eredményeinket az 1-3. táblázatok foglalják össze.

1. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 1/3

Nem				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
férfi	488	48,8%	1155	38,5%
nő	512	51,2%	1845	61,5%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Generációk				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
fiatal generáció	237	23,7%	356	11,9%
középgeneráció	600	60,0%	1577	52,6%
idős generáció	163	16,3%	1067	35,6%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Lakóhely régiója				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
Közép-Magyarország	300	30,0%	1162	38,7%
Közép-Dunántúl	110	11,0%	318	10,6%
Nyugat-Dunántúl	100	10,0%	256	8,5%
Dél-Dunántúl	94	9,4%	221	7,4%
Észak-Magyarország	118	11,8%	322	10,7%
Észak-Alföld	148	14,8%	373	12,4%
Dél-Alföld	130	13,0%	348	11,6%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%

Forrás: Saját szerkesztés

Nemek tekintetében 3000 fős megkérdezésünk válaszadói között felülreprezentáltak a nők. Válaszadóinknak csak a 38,5%-a volt férfi, ami 10%-kal alacsonyabb érték, mint reprezentatív mintánk esetén (1. táblázat). Generációk tekintetében a fiatal generáció tagjainak aránya feltűnően alacsonyabb, míg az idős generáció tagjainak aránya jelentősen magasabb a nem reprezentatív mintánkban. Ennek feltételezhetően egyrészt az az oka, hogy az idősebb korosztálynak magasabb a válaszolási hajlandósága, másrészt ez a korosztály kevesebb meghívást kap kérdőív kitöltésre, mint a náluk fiatalabbak (nagyon sok kutatásnak a célcsoportja a 18-59 évesek), emiatt nagyobb valószínűséggel kattintanak adott kérdőívre. A lakóhely régióját tekintve 3000 fős mintánk esetén a közép-magyarországi régióban lakó kitöltőink aránya magasabb, az összes többi régióban lakóé pedig alacsonyabb, mint a reprezentatív megkérdezésünkben. Mindhárom változó esetén Khí-négyzet próba segítségével bizonyítottuk, hogy a minták között szignifikáns különbség ($p=0,000$ mindhárom esetben) mutatkozik.

2. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 2/3

Lakóhely településtípusa				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
Budapest	178	17,8%	799	26,6%
Város	523	52,3%	1604	53,5%
Falu	299	29,9%	597	19,9%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Életíven elfoglalt hely				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
életkezdő fiatal	154	15,4%	260	8,7%
családos kisgyerekekkel	161	16,1%	304	10,1%
családos nagyobb gyerekekkel	141	14,1%	382	12,7%
családos már nem otthon lakó gyerekekkel	121	12,1%	389	13,0%
érett egyedülálló	166	16,6%	530	17,7%
már nem aktívan dolgozó	123	12,3%	768	25,6%
egyikbe sem tudom besorolni magam	135	13,5%	367	12,2%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Gazdasági aktivitás				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
aktív fizikai dolgozó	328	32,8%	619	20,6%
aktív szellemi dolgozó	217	21,7%	890	29,7%
GYES-en, GYED-en	65	6,5%	109	3,6%
háztartásbeli	22	2,2%	40	1,3%
tanuló	85	8,5%	105	3,5%
nyugdíjas	167	16,7%	977	32,6%
munkanélküli	55	5,5%	115	3,8%
egyéb inaktív kereső	22	2,2%	46	1,5%
egyéb eltartott	7	0,7%	16	0,5%

nem válaszol	33	3,3%	83	2,8%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%

Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók lakóhelyének településtípusa esetén a városiak aránya nagyjából megegyezik a két mintában (2. táblázat). A budapestiek aránya azonban magasabb, míg ezzel összhangban a falusiak aránya alacsonyabb a 3000 fős megkérdezésünk válaszadói között. Az életíven elfoglalt helyet tekintve, összhangban a generációk különbségeivel, a már nem aktívan dolgozók között tapasztalható jelentős különbség, reprezentatív mintánkban arányuk jóval alacsonyabb. Ebből következően 3000 fős megkérdezésünk válaszadói között magasabb arányban vannak a nyugdíjasok. A gazdasági aktivitást tekintve további érdekes jellemző, hogy az aktív fizikai dolgozók aránya jóval alacsonyabb, míg az aktív szellemi dolgozók aránya jóval magasabb a nem reprezentatív mintánkban. Mindhárom változó esetén Khí-négyzet próba segítségével bizonyítottuk, hogy a minták között fentáll szignifikáns különbség ($p=0,000$ mindhárom esetben).

3. táblázat: A minták demográfiai jellemzői 3/3

Legmagasabb befejezett iskolai végzettség				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
8 általános vagy annál alacsonyabb iskolai végzettség	135	13,5%	92	3,1%
befejezett szakmunkásképző, szakiskola	355	35,5%	241	8,0%
befejezett középiskola (gimnázium, szakközépiskola, technikum, felsőfokú tanfolyam)	327	32,7%	1502	50,1%
befejezett főiskola, egyetem	183	18,3%	1165	38,8%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Jövedelmi szint				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	87	8,7%	260	8,7%
Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	332	33,2%	1076	35,9%
Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak	340	34,0%	1093	36,4%
Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle	90	9,0%	191	6,4%
Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak	34	3,4%	66	2,2%
nem válaszol	116	11,6%	314	10,5%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%
Sporttevékenységet gátló betegség				
	1000 fős minta		3000 fős minta	
	Fő	% (n=1000)	Fő	% (n=3000)
Az egészségi állapotom nem korlátoz semmiben	469	46,9%	1355	45,2%
Az egészségi állapotom némiképp korlátoz az életvitelemben	384	38,4%	1281	42,7%

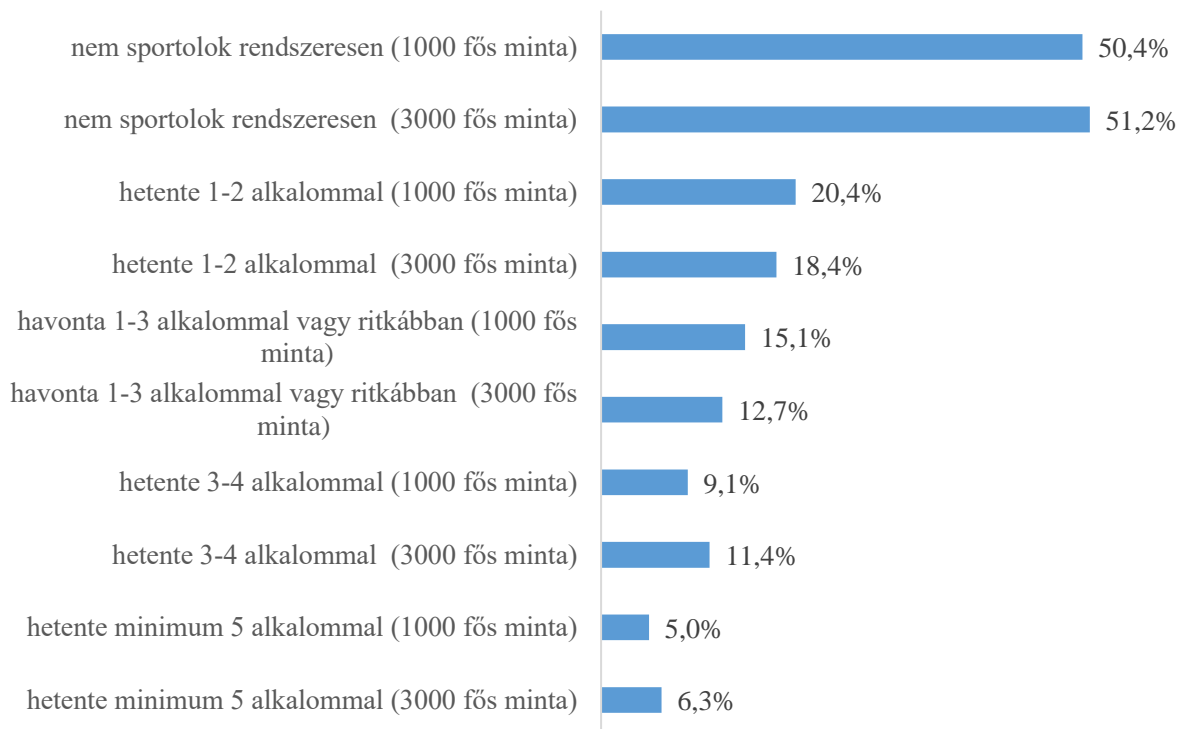
Az egészségi állapotom minden tekintetben korlátoz	99	9,9%	257	8,6%
nem válaszol	47	4,7%	107	3,6%
összesen	1000	100,0%	3000	100,0%

Forrás: Saját szerkesztés

Válaszadóink legmagasabb befejezett iskolai végzettségét tekintve 3000 fős mintánkban jóval magasabb a középiskolai és felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya a reprezentatív megkérdezésünkhöz viszonyítva (3. táblázat). Ez összhangban van a fentebb bemutatott eredménnyel, miszerint az aktív szellemi foglalkozást űzők aránya is magasabb, aminek alapfeltétele a magasabb iskolai végzettség is. Feltételezhető lenne, hogy emiatt a 3000 fős válaszadóink között nagyobb arányban vannak, akik jobb jövedelmi helyzettel rendelkeznek, amit eredményeink részben igazolnak is. Azonban csak nagyon enyhe különbségeket sikerült kimutatnunk a jövedelmi helyzet szempontjából a két minta között. Ez következhet abból az adatfelvételi sajátosságból is, hogy nem közvetlenül a fizetések pénzben kifejezett értékére kérdeztünk rá. A legmagasabb befejezett iskolai végzettség és a jövedelmi szint esetén sikerült bizonyítanunk a két mintánk közötti különbségek szignifikáns jellegét ($p=0,000$ és $p=0,009$). Válaszadóink sporttevékenységet gátló betegségei esetén ugyanez viszont már nem mutatható ki ($p=0,050$).

1. ábra: Sportolási rendszeresség (n=1000 és n=3000)

„Sportol-e rendszeresen? Ha igen, milyen rendszerességgel sportol, beleértve az otthoni, a technikai és az e-sportokat is?”

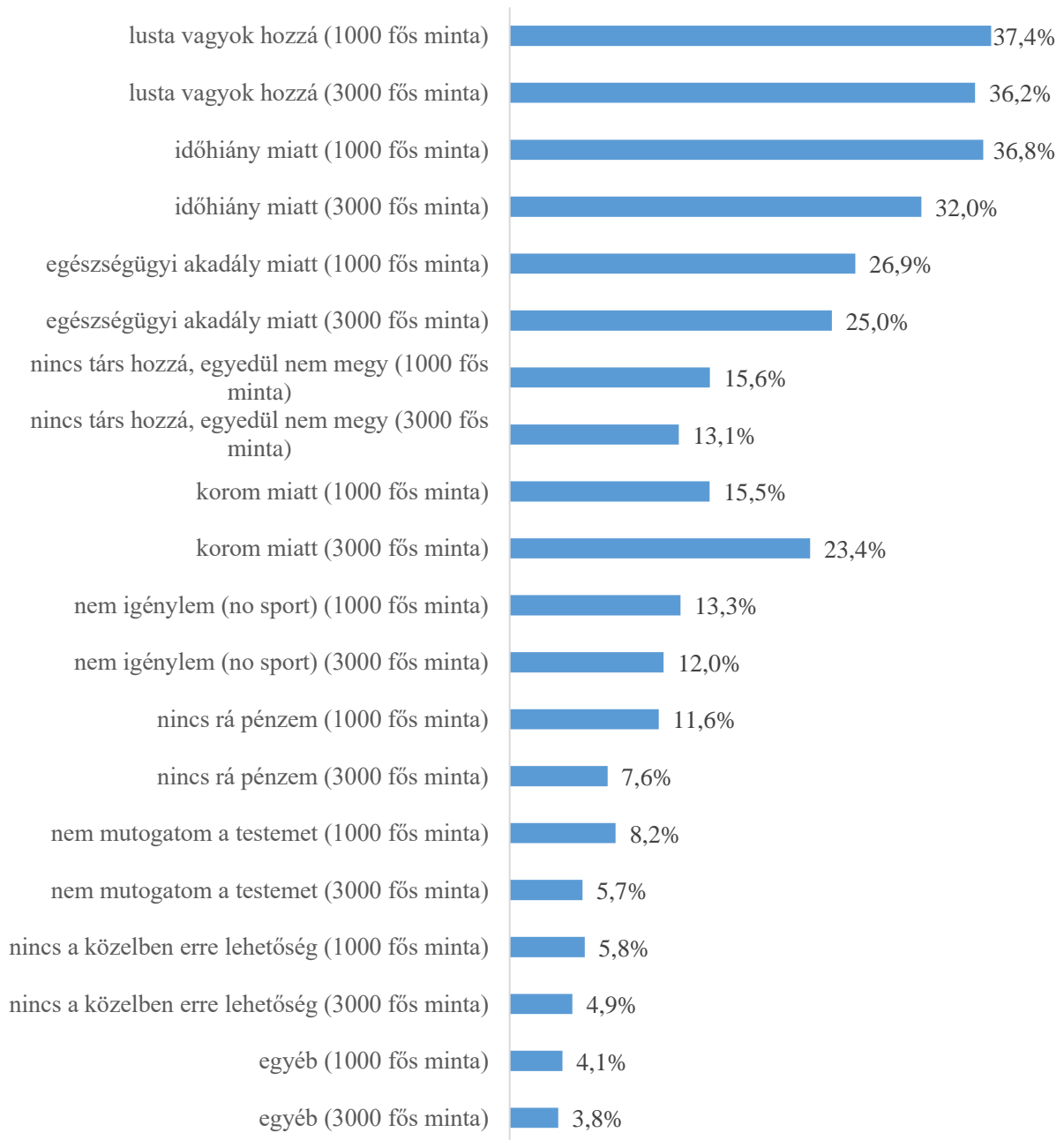


Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív kutatásunkból kiderült, hogy a magyarok fele, 50,4%-a egyáltalán nem sportol (1. ábra). Akik sportolnak, közülük a legtöbben rendszeresen hetente 1-2, vagy havonta 1-3 alkalommal vesznek részt sporttevékenységben. A hetente rendszeresen legalább 5 alkalommal sportolók aránya alacsony, a magyarok mindössze 5%-a sorolható közéjük.

Reprezentatív és nem reprezentatív mintánk között statisztikailag igazolható különbséget találtunk a sportolási rendszeresség esetén ($p=0,029$), ez a kapcsolat azonban gyengének tekinthető (Cramer's $V=0,052$). Ezt bizonyítja, hogy az ábra alapján a két minta esetén minimális különbségek tapasztalhatók.

2. ábra: A sportolás hiányának oka (n=504 és n=1537)
„Miért nem sportol jelenleg? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



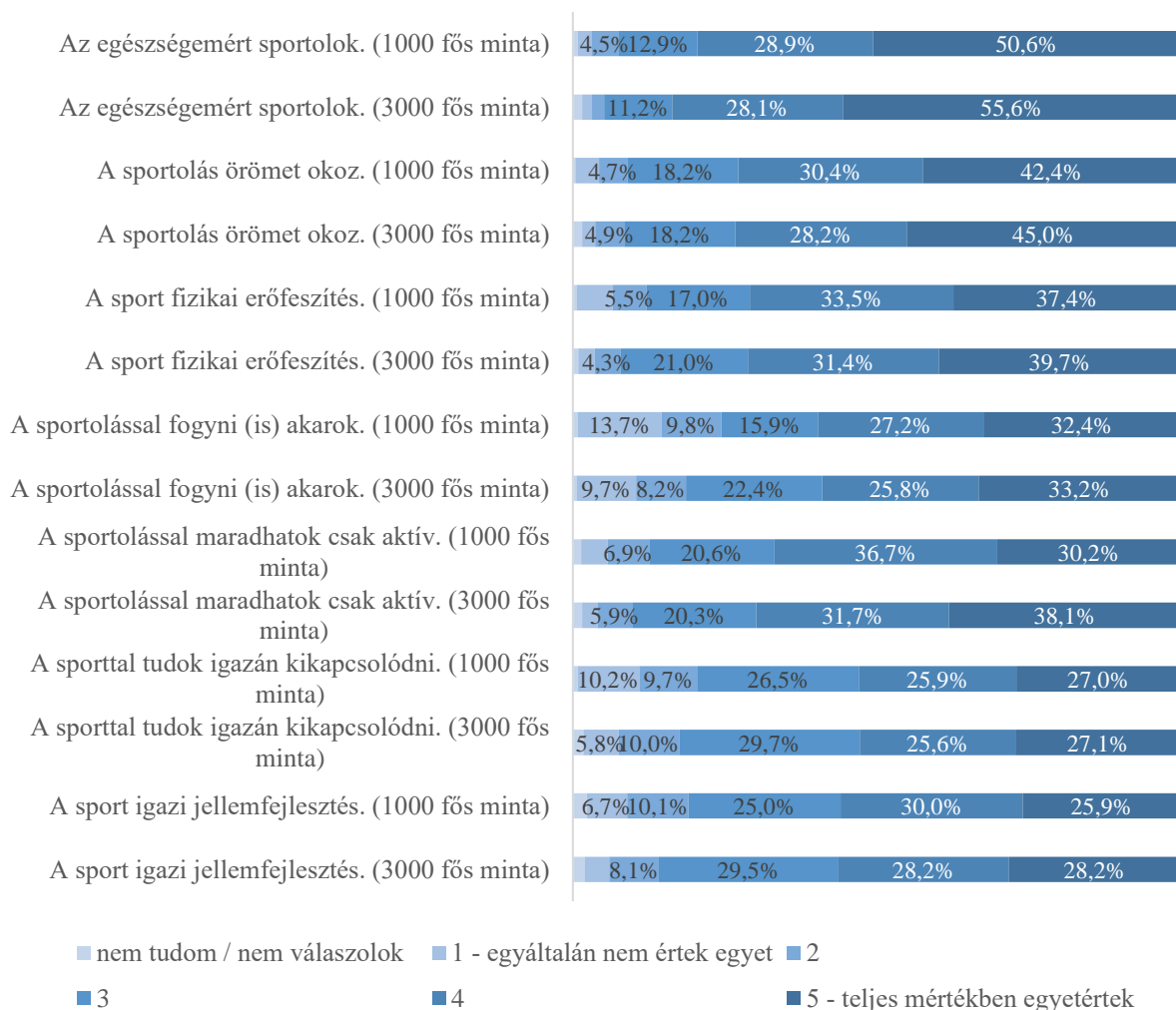
Forrás: Saját szerkesztés

A sportolás hiányának okait vizsgálva kiderült, hogy a nem sportoló magyarok legnagyobb aránya, 37,4%-uk saját bevallása szerint lustaság miatt nem sportol (2. ábra). Hasonlóan magas arányban (36,8%) időhiány miatt nem sportolnak, de magas még az egészségügyi akadály miatti (26,9%) nem sportolás is. 3000 fős megkérdezésünkben a vezető nem sportolási okok közé

sorolható még a válaszadók kora miatti nem sportolás is. Ezen válaszlehetőség esetén jelentősen eltérő eredményeket tapasztaltunk a két mintánk között, aminek oka feltehetőleg, hogy a 3000 fős mintánkban magasabb az idős generáció aránya. Az okok között nagyon alacsony arányban jelent meg, hogy azért ne sportolna valaki, mert nem akarja mutogatni a testét (8,2%), vagy a közelben nincs lehetősége erre (5,8%). A két mintánk között szignifikáns különbségeket találtunk a nincs rá pénzem ($p=0,008$; Cramer's $V=0,040$), a nem mutogatom a testemet ($p=0,030$; Cramer's $V=0,032$), és a korom miatt ($p=0,000$; Cramer's $V=0,058$) válaszok esetén. A többi válaszlehetőség azonban nem mutatott szignifikáns különbségeket a Khí-négyzet próba során a két minta között.

3. ábra: Sportolási motivációk 1/2 (n=496 és n=1463)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért!”



Forrás: Saját szerkesztés

A sportolási motivációk feltérképezéséhez összesen 14 különböző állítás esetén kértük arra rendszeresen sportoló válaszadóinkat, hogy jelöljék az állításokkal való egyetértésük fokát. Az 1 jelentette, ha az adott állítással valaki egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért. A sportolási motivációkkal kapcsolatos eredményeinket a 3. és a 4. ábrák foglalják össze. Kiderült, hogy a rendszeresen sportoló magyarok többsége az egészségéért sportol és a többségnek a sportolás örömet okoz. Magas az egyetértés aránya „A sportolással fogyni (is)

erőfeszítés.” (p=0,006, Cramer’s V=0,091), és „A sportolással fogyni (is) akarok” (p=0,012, Cramer’s V=0,087) állítások esetén.

4. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 1/3 (n=1000 és n=3000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	hobby, szabadidős sportoló (1000 fős minta)	hobby, szabadidős sportoló (3000 fős minta)	egyéni profi sportoló (1000 fős minta)	egyéni profi sportoló (3000 fős minta)	csapatban profi sportoló (1000 fős minta)	csapatban profi sportoló (3000 fős minta)
kreativitás	42,3%	39,2%	17,4%	16,3%	16,8%	18,9%
gazdagság, pénz	16,5%	15,0%	43,2%	46,5%	29,4%	34,0%
férfi	33,9%	32,2%	39,9%	36,5%	40,4%	38,3%
nagyra becsülés	13,5%	12,8%	47,1%	52,6%	40,8%	44,2%
nő	54,5%	55,5%	44,7%	42,8%	40,2%	41,6%
új dolgok kipróbálója	42,1%	41,1%	13,1%	12,9%	7,9%	7,4%
fiatal	37,8%	34,1%	38,2%	38,5%	33,9%	35,0%
odafigyel másokra	28,0%	30,1%	13,6%	13,5%	60,6%	63,6%
alázatos, szerény, visszafogott	33,1%	33,7%	24,1%	22,6%	20,0%	21,5%
tradicionális/hagyománykövető	26,9%	27,6%	27,3%	28,0%	29,3%	29,8%
szabad	62,6%	63,2%	17,4%	17,4%	6,8%	7,5%
lassú	26,8%	27,0%	5,8%	3,9%	3,3%	3,5%
sikeres, elismert	12,8%	10,5%	65,2%	68,5%	51,5%	57,8%
gyors	17,3%	14,9%	46,0%	47,3%	37,6%	41,4%
kalandok, érdekes élet	29,5%	26,5%	16,1%	15,7%	16,1%	15,0%
tisztelet	22,0%	22,6%	48,2%	51,7%	45,1%	48,7%
becsületos	36,6%	40,0%	38,9%	38,7%	37,3%	39,4%
modern	19,8%	19,9%	15,6%	14,4%	15,4%	13,4%
jól érzi magát	65,1%	71,5%	36,1%	36,5%	36,3%	38,7%
öröm	64,9%	70,6%	39,4%	40,7%	40,3%	42,2%

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunkban figyelmet szenteltünk az egyes sportolói típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok feltérképezésére is. Húsz különböző tulajdonság esetén kértük válaszadóinkat arra, hogy jelezzék adott tulajdonság szerintük melyik általunk megadott sportolói típusra jellemző. Összesen hét különböző sportolói típust vizsgáltunk. Eredményeinket a 4-6. táblázatok foglalják össze. A *hobby, szabadidős sportolói típusra* a válaszadóink szerint leginkább a „jól érzi magát”, az „öröm”, és a „szabad” tulajdonságok illenek. Legkevesebbé pedig a „sikeres, elismert”, a „nagyra becsülés”, és a „gazdagság, pénz” tulajdonságok jellemzik ezt a csoportot (4. táblázat). A hobby, szabadidős sportoló esetén szignifikáns különbséget tudtunk kimutatni két minták között a „kreativitás” (p=0,043; Cramer’s V=0,080), a „fiatal” (p=0,020; Cramer’s V=0,033), a „sikeres, elismert” (p=0,029; Cramer’s V=0,031), a „gyors” (p=0,040; Cramer’s V=0,029), a „kalandok, érdekes élet” (p=0,036; Cramer’s V=0,029), a „becsületos” (p=0,032; Cramer’s V=0,030), a „jól érzi magát” (p=0,000; Cramer’s V=0,060), és az „öröm” (p=0,000; Cramer’s V=0,053) tulajdonságok esetén. Az egyéni profi sportoló típusát a válaszadók főként

a „sikeres, elismert” tulajdonsággal kapcsolták össze. Kiseb arányban, de jól jellemzi még ezt a sportolói típust a „tisztelet”, a „gyors”, a „nő” és a „nagyra becsülés” is. Legkevésbé a „lassú” tulajdonság jellemző. Az *egyéni profi sportolóhoz* kapcsolódó tulajdonságok esetén szignifikáns különbség mutatható ki a két minta között a „gazdagság, pénz” ($p=0,038$; Cramer's $V=0,029$), a „férfi” ($p=0,029$; Cramer's $V=0,031$), a „nagyra becsülés” ($p=0,002$; Cramer's $V=0,047$), a „lassú” ($p=0,009$; Cramer's $V=0,039$), a „sikeres, elismert” ($p=0,030$; Cramer's $V=0,031$), és a „tisztelet” ($p=0,029$; Cramer's $V=0,031$) tulajdonságok esetén. A *csapatban profi sportoló*, mint sportolói típus legnagyobb arányban az „odafigyel másokra” tulajdonsággal kapcsolódott össze. A legjellemzőbb még erre a típusra a válaszadóink szerint a „sikeres, elismert” és a „tisztelet”. Legkevésbé a „lassú”, a „szabad”, és az „új dolgok kipróbálása” jellemző rájuk. Mintáink között szignifikáns különbség mutatható ki a csapatban profi sportolói típus esetén a „gazdagság, pénz” ($p=0,004$; Cramer's $V=0,042$), a „nagyra becsülés” ($p=0,034$; Cramer's $V=0,029$), az „odafigyel másokra” ($p=0,048$; Cramer's $V=0,027$), a „sikeres, elismert” ($p=0,000$; Cramer's $V=0,055$), a „gyors” ($p=0,019$; Cramer's $V=0,033$), és a „tisztelet” ($p=0,026$; Cramer's $V=0,031$) tulajdonságok esetén.

5. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 2/3 (n=1000, n=3000)

„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	szellemi sportoló (1000 fős minta)	szellemi sportoló (3000 fős minta)	e-sportot űző (1000 fős minta)	e-sportot űző (3000 fős minta)	technikai sportot űző (1000 fős minta)	technikai sportot űző (3000 fős minta)
kreativitás	31,0%	37,3%	17,0%	17,1%	21,5%	25,8%
gazdagság, pénz	9,2%	7,8%	13,3%	12,8%	19,9%	22,7%
férfi	24,3%	25,0%	28,5%	29,8%	35,6%	42,0%
nagyra becsülés	22,8%	24,4%	8,5%	8,5%	19,0%	20,4%
nő	32,1%	31,7%	20,5%	19,5%	21,9%	20,9%
új dolgok kipróbálója	12,5%	14,6%	19,2%	21,2%	19,9%	25,3%
fiatal	23,7%	19,4%	39,1%	38,5%	28,8%	30,8%
odafigyel másokra	15,1%	16,5%	10,3%	10,3%	17,5%	17,0%
alázatos, szerény, visszafogott	27,0%	27,7%	9,3%	8,0%	12,4%	9,6%
tradicionális/hagyománykövető	19,5%	22,1%	5,9%	4,1%	12,1%	12,1%
szabad	16,4%	19,7%	15,4%	16,4%	12,1%	12,2%
lassú	25,9%	24,6%	11,6%	9,5%	7,1%	4,8%
sikeres, elismert	22,4%	22,6%	14,1%	12,8%	25,5%	27,3%
gyors	12,6%	11,5%	14,2%	14,4%	31,2%	36,5%
kalandok, érdekes élet	9,1%	9,0%	11,1%	10,0%	20,3%	25,0%
tisztelet	29,5%	34,1%	13,4%	13,0%	22,6%	23,6%
becsületes	33,2%	37,4%	20,3%	21,2%	24,6%	25,1%
modern	16,6%	15,5%	48,4%	51,0%	29,7%	35,3%
jól érzi magát	33,0%	35,8%	31,6%	33,3%	30,0%	33,1%
öröm	34,6%	37,9%	32,1%	34,3%	33,1%	35,9%

Forrás: Saját szerkesztés

A sportolói típusokat tovább vizsgálva kiderült, hogy a *szellemi sportoló* és a *technikai sportot űző* átlagosan alacsony mértékben kapcsolódik egyes tulajdonságokhoz a többi vizsgált típushoz képest (5. táblázat). Előbbit leginkább az „öröm”, a „kreativitás”, a „becsületes”, és a

„jól érzi magát” jellemzi, míg utóbbit a „férfi”, a „gyors”, a „modern”, a „jól érzi magát”, és az „öröm”. A szellemi sportolóra legkevésbé a „gazdagság, pénz”, és a „kalandok, érdekes élet” a jellemző. A technikai sportoló a „lassú” tulajdonsággal kapcsolódott össze a legkisebb arányban. A szellemi sportoló esetén szignifikáns különbség mutatható ki két mintánk között a „kreativitás” ($p=0,000$; Cramer’s $V=0,057$), a „fiatal” ($p=0,002$; Cramer’s $V=0,046$), a „tradicionális/hagyománykövető” ($p=0,047$; Cramer’s $V=0,027$), a „szabad” ($p=0,012$; Cramer’s $V=0,036$), a „tisztelet” ($p=0,004$; Cramer’s $V=0,042$), a „becsületos” ($p=0,009$; Cramer’s $V=0,038$), és az „öröm” ($p=0,033$; Cramer’s $V=0,030$) tulajdonságok esetén. A technikai sportoló a két minta között a „kreativitás” ($p=0,004$; Cramer’s $V=0,043$), a „gazdagság, pénz” ($p=0,033$; Cramer’s $V=0,030$), a „férfi” ($p=0,000$; Cramer’s $V=0,057$), az „új dolgok kipróbálója” ($p=0,000$; Cramer’s $V=0,055$), az „alázatos, szerény, visszafogott” ($p=0,007$; Cramer’s $V=0,040$), a „lassú” ($p=0,004$; Cramer’s $V=0,044$), a „gyors” ($p=0,001$; Cramer’s $V=0,048$), a „kalandok, érdekes élet” ($p=0,001$; Cramer’s $V=0,047$), a „modern” ($p=0,001$; Cramer’s $V=0,052$), és az „jól érzi magát” ($p=0,037$; Cramer’s $V=0,029$) tulajdonságok esetén mutat szignifikáns különbségeket. Az *e-sportot* űzőkhöz válaszadóink egyértelműen a „modern” és „fiatal” tulajdonságokat tudták kapcsolni a legnagyobb arányban. Eredményeink alapján a „tradicionális/hagyománykövető” és a „nagyra becsülés” azonban alig jellemzi ezt a sportolói típust. Az *e-sportot* űző esetén szignifikáns különbség mutatható ki a „tradicionális/hagyománykövető” ($p=0,015$; Cramer’s $V=0,037$), és a „lassú” ($p=0,033$; Cramer’s $V=0,030$) tulajdonságokban a két mintánk között.

6. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok 3/3 (n=1000, n=3000)

„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	extrém sportoló (1000 fős minta)	extrém sportoló (3000 fős minta)	egyikre sem jellemző (1000 fős minta)	egyikre sem jellemző (3000 fős minta)
kreativitás	25,6%	26,6%	13,5%	12,2%
gazdagság, pénz	30,7%	32,1%	16,1%	13,4%
férfi	47,8%	49,1%	16,9%	19,5%
nagyra becsülés	23,6%	26,2%	17,8%	17,0%
nő	23,8%	22,1%	18,9%	19,8%
új dolgok kipróbálója	52,4%	54,4%	12,4%	10,4%
fiatal	42,7%	46,3%	13,8%	13,2%
odafigyel másokra	16,4%	14,2%	15,4%	14,3%
alázatos, szerény, visszafogott	8,6%	7,2%	24,1%	26,6%
tradicionális/hagyománykövető	6,5%	4,7%	29,4%	27,8%
szabad	32,0%	34,4%	12,7%	12,1%
lassú	2,8%	2,5%	37,3%	43,0%
sikeres, elismert	28,0%	27,3%	13,1%	11,3%
gyors	41,3%	40,2%	14,9%	14,4%
kalandok, érdekes élet	64,8%	70,8%	12,1%	10,7%
tisztelet	25,2%	25,0%	18,0%	15,7%
becsületos	23,7%	24,2%	22,3%	21,5%
modern	38,7%	44,4%	14,2%	13,0%
jól érzi magát	38,8%	40,8%	13,0%	10,6%
öröm	41,7%	43,0%	14,2%	10,6%

Az *extrém sportoló*, mint sportolói típus egyértelműen a „kalandok, érdekes élet” tulajdonsággal kapcsolódott össze a legjobban, de magas arányban jellemzi még az „új dolgok kipróbálása”, a „férfi”, és a „fiatal” is (6. táblázat). Erre a típusra legkevésbé a „lassú”, a „tradicionális/hagyománykövető”, és a „alázatos, szerény, visszafogott” jellemző. Az extrém sportoló esetén a két minta között szignifikáns különbségeket találtunk a „fiatal” ($p=0,026$; Cramer's $V=0,031$), a „tradicionális/hagyománykövető” ($p=0,019$; Cramer's $V=0,035$), a „kalandok, érdekes élet” ($p=0,000$; Cramer's $V=0,056$), és a „modern” ($p=0,001$; Cramer's $V=0,050$) tulajdonságok esetén.

Válaszadóinkat arra kértük, ha egy adott tulajdonság esetén úgy érzik az számukra egyik sportolói típushoz sem kapcsolódik akkor az *egyikre sem jellemző* kategóriát válasszák. Ebből egyértelműen kiderült, hogy a „lassú” és az „alázatos, szerény, visszafogott”, és a „tradicionális/hagyománykövető” tulajdonságok azok, amik a legkevésbé kapcsolhatók általánosan sportolói típusokhoz. Az egyikre sem jellemző kategória vizsgálatok szignifikáns különbség mutatkozott két mintánk között a „gazdagság, pénz” ($p=0,021$; Cramer's $V=0,033$), a „férfi” ($p=0,039$; Cramer's $V=0,028$), az „új dolgok kipróbálójá” ($p=0,046$; Cramer's $V=0,028$), a „lassú” ($p=0,001$; Cramer's $V=0,050$), a „tisztelet” ($p=0,047$; Cramer's $V=0,027$), a „jól érzi magát” ($p=0,021$; Cramer's $V=0,033$), és az „öröm” ($p=0,001$; Cramer's $V=0,049$) tulajdonságokban.

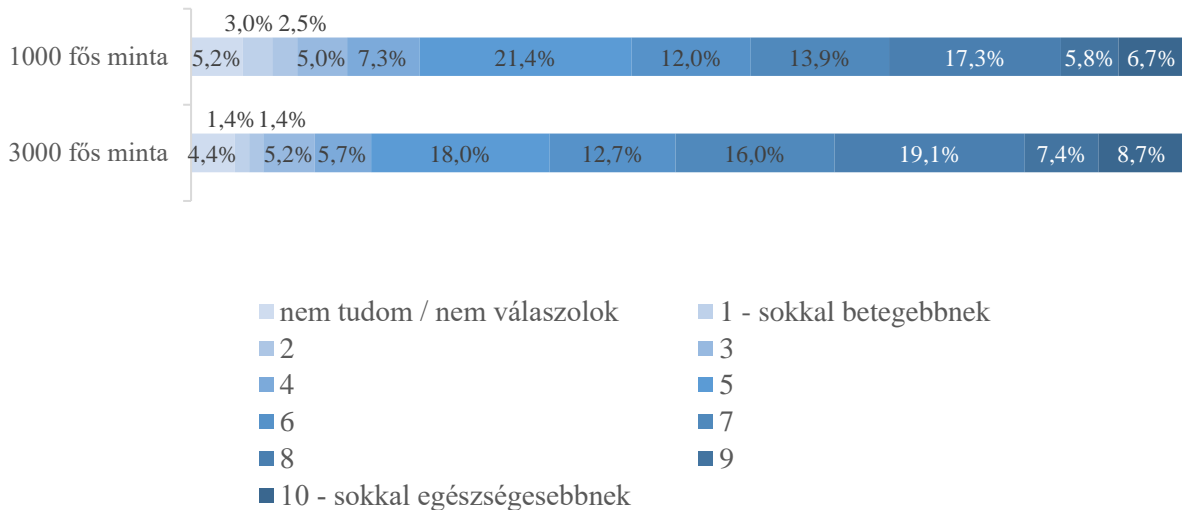
Kutatásunkban összesen 22 attitűdállítás segítségével vizsgáltuk a válaszadók sportfogyasztással kapcsolatos jellemzőit. Arra kértük kitöltőinket, hogy ötfokozatú Likert-skálán jelöljék az egyes állításokkal való egyetértésük fokát. Az 1 jelentette, ha az adott állítással valaki egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért. Az 5. és a 6. ábrán az attitűdállítások válaszainak gyakorisági diagramja látható. Ennek alapján a válaszadók leginkább az „Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc.”, az „Egy sportoló igazi példakép.”, illetve „A versenysport a szórakoztatóipar része.” állításokkal értettek egyet. Ezekre jelölték a legmagasabb arányban a 4-es vagy 5-ös értékeket (5. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 3. mellékletben található. Magas az egyetértés még a „Sportolás nagyon drága.” és „A sportolás életem része.” állításokkal is.

Válaszadóink legkevésbé „A sporthoz kapcsolódik a munkám.”, a „Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.”, és „A sportolásból élek.” állításokkal értettek egyet (6. ábra). Az 1000 és 3000 fős mintánk közötti különbségeket vizsgálva kiderült, hogy szignifikáns különbség mutatható ki a „A sportolás csak fiataloknak való.” ($p=0,014$, Cramer's $V=0,060$), az „Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat.” ($p=0,016$, Cramer's $V=0,059$), a „Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.” ($p=0,001$, Cramer's $V=0,073$), „A sportolás nagyon drága.” ($p=0,045$, Cramer's $V=0,053$), a „Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra.” ($p=0,010$, Cramer's $V=0,032$), „A sportolásból élek.” ($p=0,008$, Cramer's $V=0,062$), a „Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.” ($p=0,000$, Cramer's $V=0,092$), és „A sporthoz kapcsolódik a munkám.” ($p=0,001$, Cramer's $V=0,074$) állítások esetén.

Kutatásunkban kitértünk a válaszadóink egészségérzetének vizsgálatára is. Arra kértük őket, hogy válaszolják meg mennyire tartják egészségesnek önmagukat, a velük egykorú emberekkel összehasonlítva. Véleményüket tízfokozatú Likert-skálán kértük, hogy fejezzék ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal egészségesebbnek, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal betegebbnek érzik magukat a velük egykorú emberekkel összehasonlítva. Eredményeink alapján a magyarok 12,5%-a sokkal egészségesebbnek érzi magát másokhoz képest (jelölt 9-es vagy 10-es értéket). A két mintát összehasonlítva szignifikáns különbséget sikerült feltárnunk, ami alapján 3000 fős mintánkban nagyobb arányban érzik magukat a válaszadók egészségesebbnek ($p=0,000$, Cramer's $V=0,093$). A kategóriákra adott válaszok különböznek statisztikai értelemben. Ez következhet abból, hogy a kérdés szubjektív egészségérzet vizsgálatára vonatkozott, ami lehet, hogy érzékenyebben érintette az idős generációs túlsúlyú 3000 fős minta tagjait. Eredményeinket az egészségérzet kapcsán a 7. ábra foglalja össze.

7. ábra: Egységérzet (n=1000, n=3000)

„Mennyire tartja egészségesnek önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva? Véleményét, kérjük, tízfokozatú skálán fejezze ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal egészségesebbnek, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal betegebbnek!”

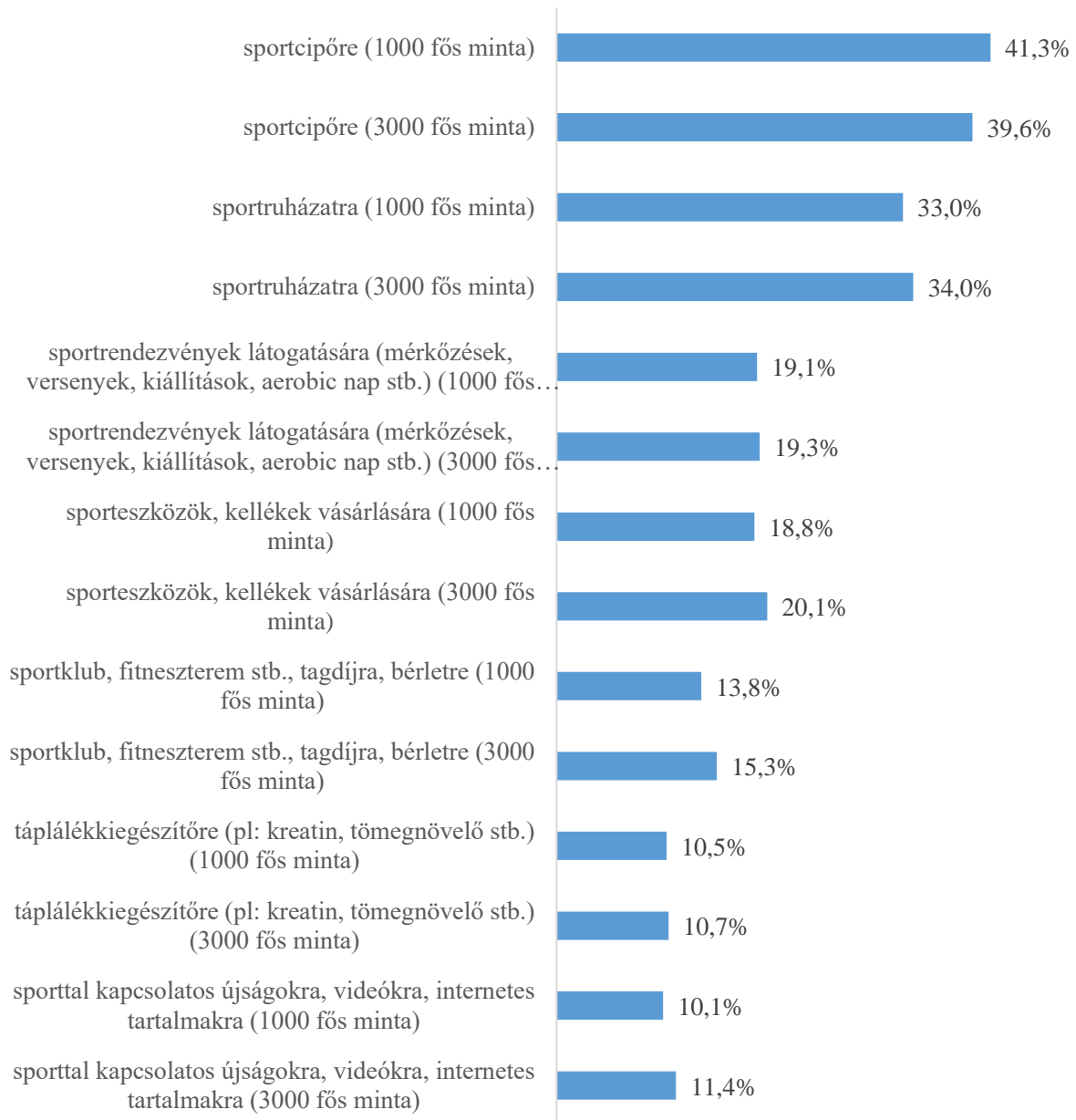


Forrás: Saját szerkesztés

A sportköltségeket vizsgálva összesen 13 termék és szolgáltatáskategória esetén kértük arra válaszadóinkat, hogy becsüljék meg adott kategóriában mennyit költöttek az adatfelvétel időpontjától számított egy évben. Az arányokat vizsgálva kiderült, hogy közülük a legtöbben sportcipőre és sportruházatra költöttek, de népszerű volt még a sportrendezvények látogatására és a sporteszközök, kellékek vásárlására való költés is (8. ábra). Sportcipőre a magyarok 41,3%-a, sportruházatra pedig 33%-a költött a kutatást megelőző évben, ami jelentősnek tekinthető.

8. ábra: Sportköltségek aránya 1/2 (n=1000, n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg!”

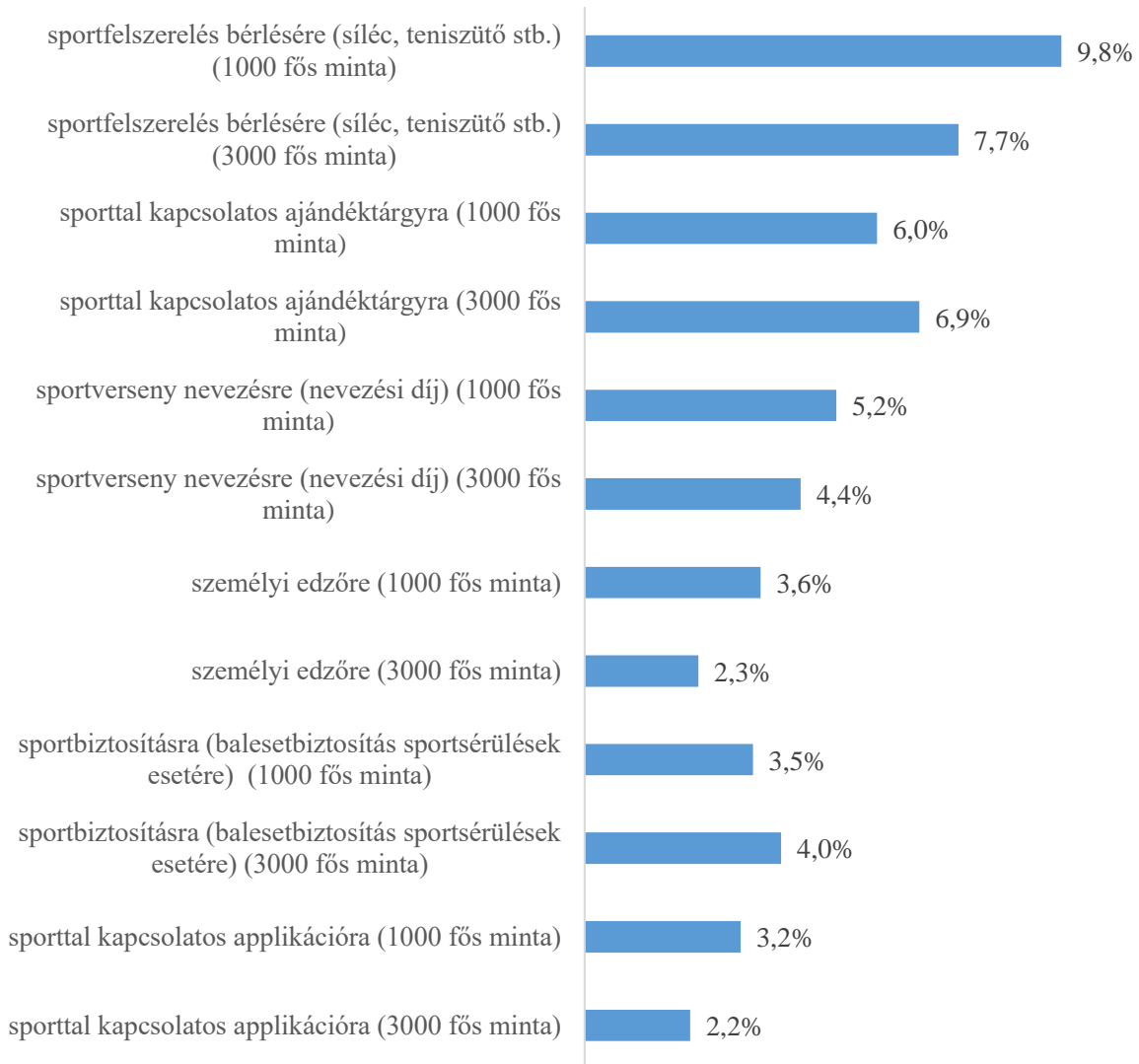


Forrás: Saját szerkesztés

A vizsgált kategóriák közül a legkevésbé népszerű a sporttal kapcsolatos applikációkra, a sportbiztosításra és a személyi edzőre való költés (9. ábra). A magyarok mindössze 3,2%-a költött sporttal kapcsolatos applikációkra és csak 3,5%-uk sportbiztosításra a kutatást megelőző évben. A személyi edzőre való költés hasonlóan alacsony, 3,6%-os szintet ért el. A két minta között a sportköltségek arányát tekintve három esetben sikerült kimutatnunk szignifikáns különbségeket. A sporttal kapcsolatos applikációk ($p=0,046$; Cramer's $V=0,029$), a sportfelszerelés bérlet ($p=0,021$; Cramer's $V=0,034$), és a személyi edző ($p=0,023$; Cramer's $V=0,034$) kategóriákra adott válaszok különböznek statisztikai értelemben.

9. ábra: Sportköltségek aránya 2/2 (n=1000, n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg!”



Forrás: Saját szerkesztés

Megkérdezéseink alapján a sportköltségeket átlagok szerint vizsgálva érdekes eredményekre jutottunk. A sportköltségek mértékével kapcsolatos eredményeinket a 7. táblázat foglalja össze. Az egyes termék- és szolgáltatás kategóriák esetén azok átlagát mutatjuk be, akik költöttek adott kategóriára a kutatást megelőző évben. A fentiek alapján személyi edzőre számosságában ugyan a magyarok közül kevesen költenek, akik viszont költenek rá, ők átlagosan 62545 forintot, ami magasabb a többi vizsgált kategória átlagánál. Sokat voltak hajlandók még költeni válaszadóink közül, akik pénzt áldoznak ezekre a kategóriákra, sportklub, fitnessterem stb., tagdíjra, bérletre, illetve sporteszközök, kellékek vásárlására is. A legalacsonyabb átlagokat a sporttal kapcsolatos ajándéktárgyak, a sportbiztosítás és a sporttal kapcsolatos újságok, videók, internetes tartalmak esetén tapasztaltuk. Mintáink között varianciaanalízis segítségével vizsgáltuk meg az esetleges különbségeket a sportköltségek mértékében. Egyedül a személyi edzőre való költés esetén sikerült statisztikai értelemben vett szignifikáns különbséget ($p=0,040$) kimutatnunk.

7. táblázat: Sportköltségek mértéke (n=1000 és n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg!”

	Átlag	Medián	Módusz	Szórás	n
személyi edzőre (1000 fős minta)	62 545 Ft	44 718 Ft	10 000 Ft	67 076 Ft	36
személyi edzőre (3000 fős minta)	122 774 Ft	50 000 Ft	10 000 Ft	166 477 Ft	70
sportklub, fitneszterem stb., tagdíjra, bérletre (1000 fős minta)	51 478 Ft	29 702 Ft	10 000 Ft	66 446 Ft	138
sportklub, fitneszterem stb., tagdíjra, bérletre (3000 fős minta)	47 519 Ft	25 000 Ft	10 000 Ft	73 336 Ft	458
sporteszközök, kellékek vásárlására (1000 fős minta)	38 927 Ft	10 000 Ft	5 000 Ft	99 358 Ft	188
sporteszközök, kellékek vásárlására (3000 fős minta)	43 793 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	409 339 Ft	602
sportrendezvények látogatására (mérkőzések, versenyek, kiállítások, aerobic nap stb.) (1000 fős minta)	31 584 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	87 517 Ft	191
sportrendezvények látogatására (mérkőzések, versenyek, kiállítások, aerobic nap stb.) (3000 fős minta)	25 197 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	44 459 Ft	580
táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.) (1000 fős minta)	27 791 Ft	15 000 Ft	20 000 Ft	42 353 Ft	105
táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.) (3000 fős minta)	27 837 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	53 875 Ft	320
sportfelszerelés bérlésére (síléc, teniszütő stb.) (1000 fős minta)	27 146 Ft	15 000 Ft	20 000 Ft	37 363 Ft	98
sportfelszerelés bérlésére (síléc, teniszütő stb.) (3000 fős minta)	25 535 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	49 804 Ft	230
sportruházatra (1000 fős minta)	21 877 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	58 667 Ft	330
sportruházatra (3000 fős minta)	20 702 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	30 682 Ft	1019
sportcipőre (1000 fős minta)	19 721 Ft	15 000 Ft	10 000 Ft	24 799 Ft	413
sportcipőre (3000 fős minta)	19 230 Ft	15 000 Ft	20 000 Ft	22 846 Ft	1188
sporttal kapcsolatos applikációra (1000 fős minta)	16 799 Ft	5 000 Ft	10 000 Ft	41 213 Ft	32
sporttal kapcsolatos applikációra (3000 fős minta)	10 724 Ft	5 000 Ft	5 000 Ft	15 818 Ft	65
sportverseny nevezésre (nevezési díj) (1000 fős minta)	13 384 Ft	6 000 Ft	10 000 Ft	20 554 Ft	52
sportverseny nevezésre (nevezési díj) (3000 fős minta)	25 163 Ft	10 000 Ft	10 000 Ft	54 519 Ft	133
sporttal kapcsolatos ajándéktárgyra (1000 fős minta)	12 568 Ft	10 000 Ft	20 000 Ft	14 333 Ft	60
sporttal kapcsolatos ajándéktárgyra (3000 fős minta)	11 036 Ft	6 250 Ft	5 000 Ft	12 193 Ft	206
sportbiztosításra (balesetbiztosítás sportsérülések esetére) (1000 fős minta)	9 494 Ft	5 000 Ft	5 000 Ft	9 008 Ft	35
sportbiztosításra (balesetbiztosítás sportsérülések esetére) (3000 fős minta)	15 422 Ft	7 482 Ft	10 000 Ft	21 515 Ft	121
sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra (1000 fős minta)	8 404 Ft	5 000 Ft	5 000 Ft	13 512 Ft	101
sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra (3000 fős minta)	8 230 Ft	5 000 Ft	5 000 Ft	11 620 Ft	341

Forrás: Saját szerkesztés

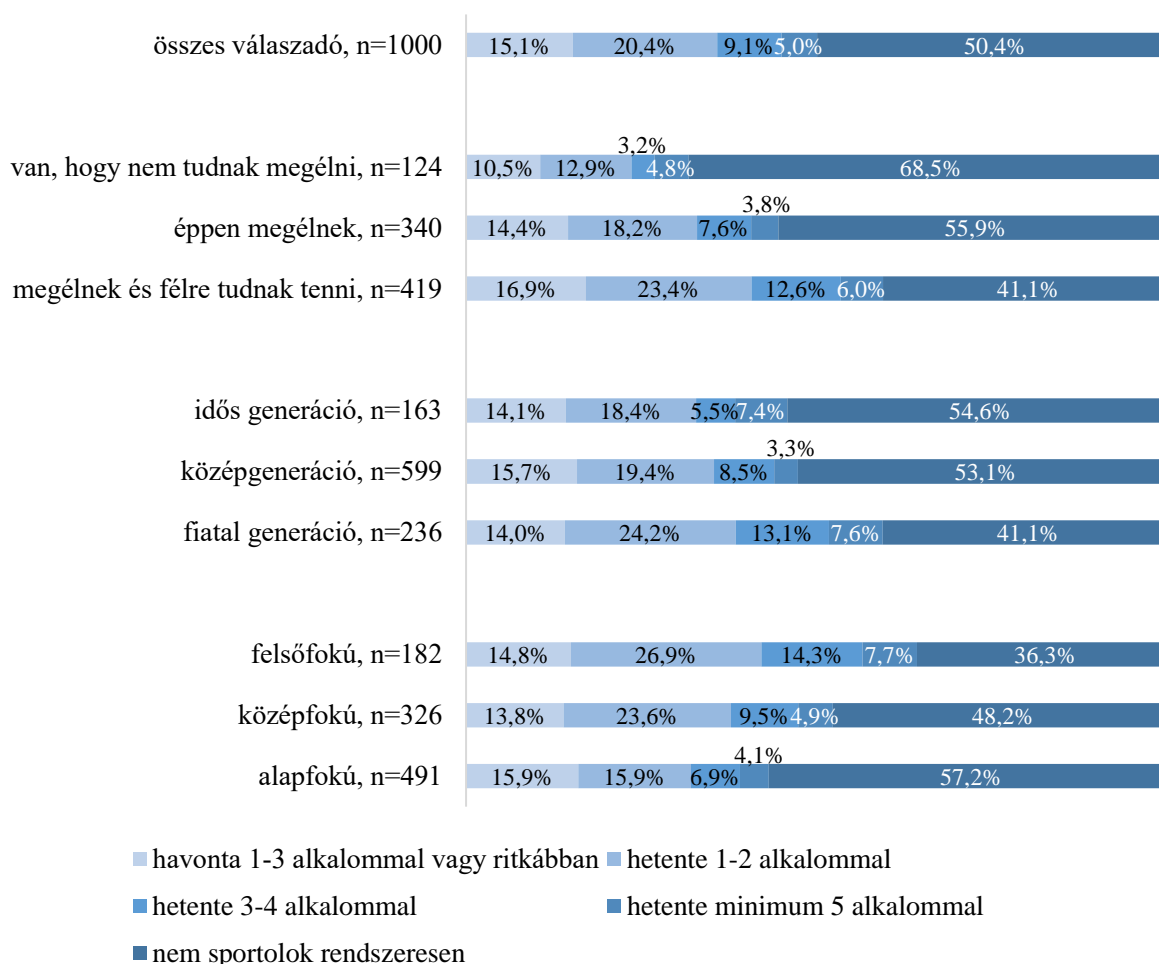
3. Háttérelmézések eredményei

A demográfiai háttérelmézésekkel azt vizsgáljuk, hogy a vizsgált kérdések kapcsán az egyes demográfiai csoportok válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható eltérések. A háttérelmézést öt változó mentén végeztük el (nemek, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka és jövedelmi helyzet szubjektív megítélése). Csak azon eredményeket közöljük, melyek statisztikai értelemben véve szignifikáns eltéréseket mutattak.

1000 fős reprezentatív mintánkon a sportolási rendszerességet vizsgálva kiderült, hogy a szerényebb anyagi körülmények között élők sokkal nagyobb arányban nem sportolnak, mint akik anyagi helyzete jónak tekinthető (10. ábra). Generációk esetén az idős generáció tagjai között kisebb arányban vannak a rendszeresen sportoló válaszadók, míg a fiatal generáció tagjai sportolnak rendszeresen leginkább. A végzettség és az anyagi helyzet részben összefügg, így ennek is köszönhető, hogy a végzettség növekedésével a rendszeres sportolás aránya is növekszik.

10. ábra. Sportolási rendszeresség – háttérelmézés (n=1000)

„Sportol-e rendszeresen? Ha igen, milyen rendszerességgel sportol, beleértve az otthoni, a technikai és az e-sportokat is?”

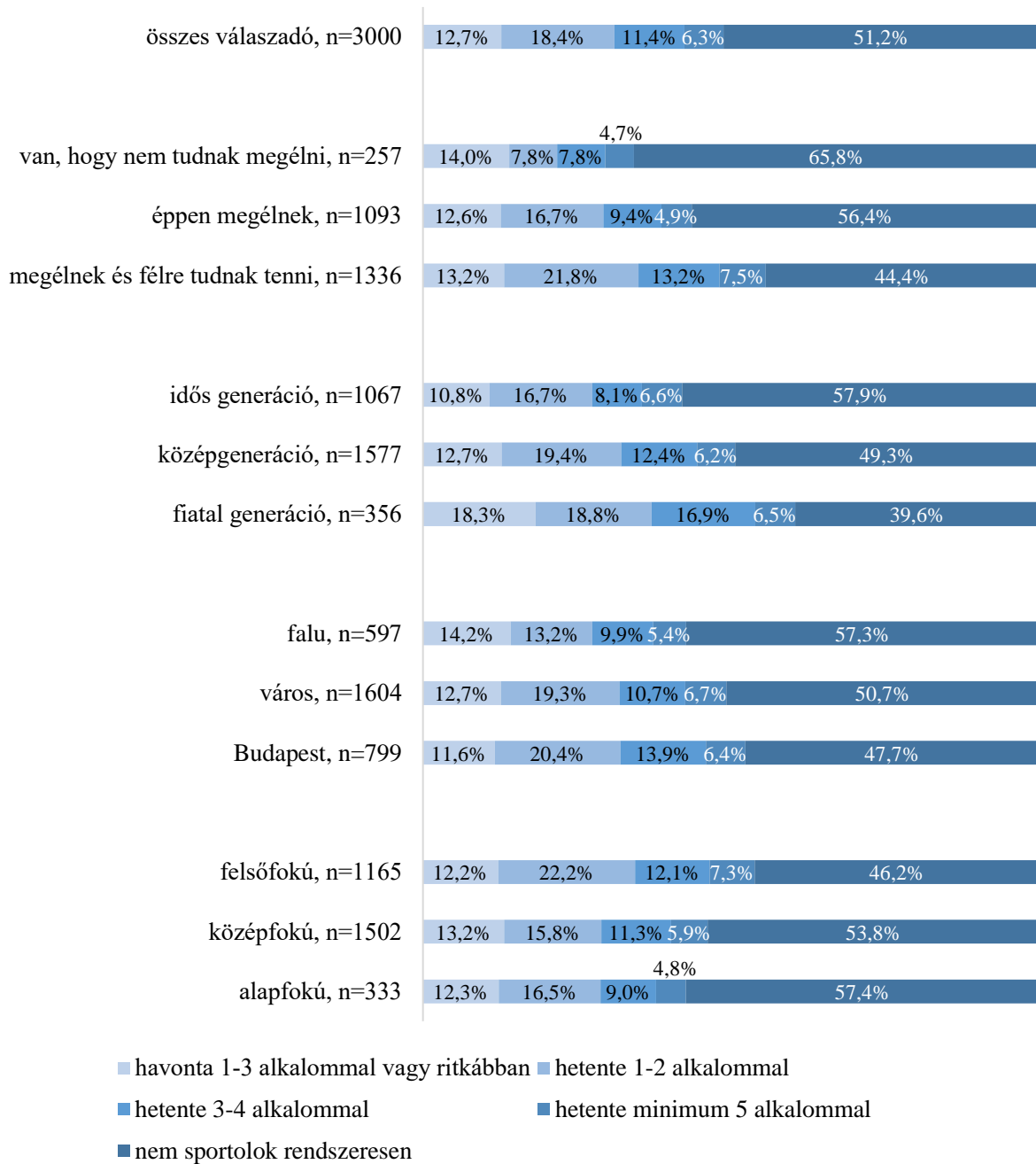


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánk esetén az anyagi helyzet, a generációk és a végzettség nagyon hasonló módon befolyásolta a sportolási rendszerességet, mint ahogy azt a reprezentatív megkérdezésünk során tapasztaltuk (11. ábra). Különbséget jelent azonban a két minta között, hogy nem reprezentatív megkérdezésünkben a településtípus esetén is szignifikáns különbségekre bukkantunk. Eszerint a fővárosiak és a városiak rendszeresen sportoló aránya nagyon hasonló, viszont a falusiak között nagyobb arányban vannak, a nem sportolók.

11. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérelmzés (n=3000)

„Sportol-e rendszeresen? Ha igen, milyen rendszerességgel sportol, beleértve az otthoni, a technikai és az e-sportokat is?”

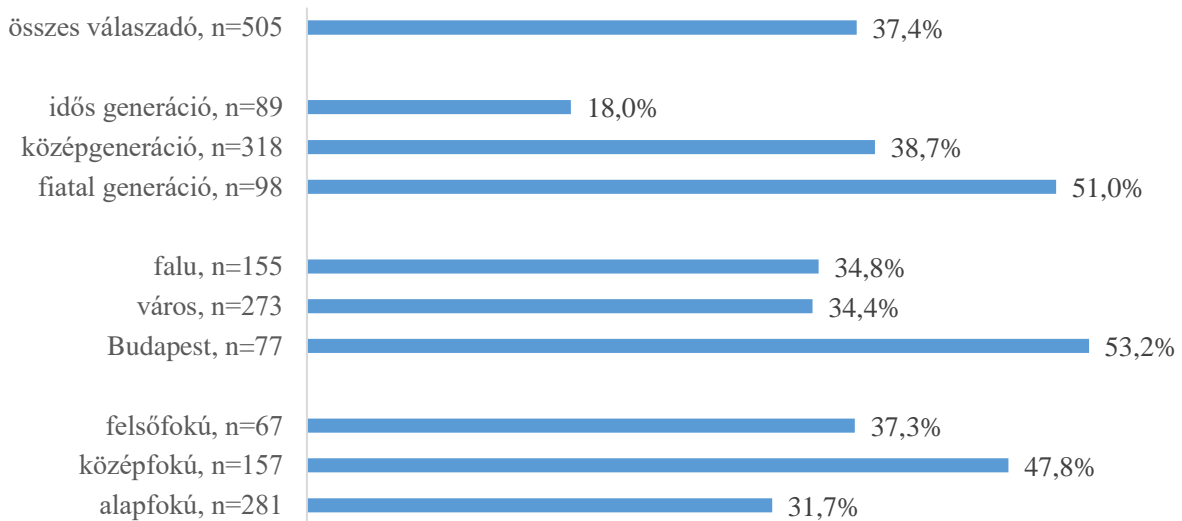


Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunkban külön vizsgáltuk a rendszeres sportolás hiányának okait is. Reprezentatív mintánk alapján az idős generáció nem sportolásának oka jelentősen kisebb arányban a lustaság, mint ahogy ez a náluk fiatalabb generációk esetén tapasztalható (12. ábra). A településtípus befolyásoló erejét vizsgálva kiderült, hogy a budapestiek között vannak nagyobb arányban azok, akik nem sportolásuk okaként a lustaságot jelölték. A végzettség esetén a középfokú végzettséggel rendelkezők azok, akik a legnagyobb arányban lustaság miatt hagyják ki a rendszeres sportolást. A náluk magasabb és alacsonyabb végzettségűekre is kevésbé jellemző ez.

12. ábra: A sportolás hiányának oka – háttérelvezés (n=1000)

„Miért nem sportol jelenleg? – lusta vagyok hozzá”



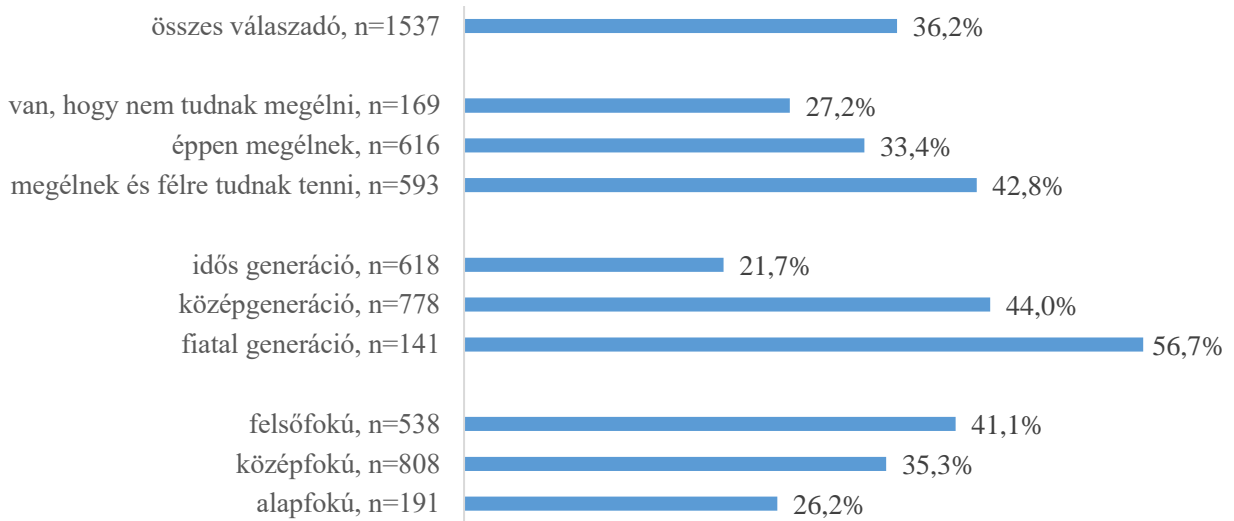
Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban generációk esetén hasonló eredményekre jutottunk, de a végzettség tekintetében nem. Válaszadóink között itt nem a középfokú, hanem a felsőfokú végzettséggel rendelkezők jelölték a legmagasabb arányban azt, hogy lusták a sportoláshoz (13. ábra). További különbséget jelent az anyagi helyzet esetén tapasztalható szignifikáns különbség megléte. Ebben az esetben kiderült, hogy a jobb anyagi helyzet esetén erőteljesebben megjelenik a lustaság miatti nem sportolás.

Az egészségügyi akadály megléte miatti nem sportolás a teljes reprezentatív mintánkat tekintve összességében alacsonyabb arányt képez, mint a lustaság miatti nem sportolás, ami részben pozitívnak tekinthető. Várható módon különbséget tapasztaltunk ebből a szempontból a generációk esetén. Az idős generáció tagjai nagyobb arányban küzdenek olyan egészségi problémával, ami a rendszeres sportolásra is kihat (14. ábra). Ez az arány az életkor csökkenésével párhuzamosan csökken. Végzettség esetén az alacsonyfokú végzettséggel rendelkezők között vannak nagyobb arányban, akik nem sportolásuk okaként az egészségi akadályt jelölték. Ez összefügghet azzal, hogy az alacsonyabb végzettség a fizikai munkák nagyobb arányát eredményezi, ami az emberi test magasabb fizikai igénybevétele miatt az egészségi problémák nagyobb arányú kialakulásához vezet. Nemek esetén a férfiakat gátolja jobban a sportolásban az egészségi állapotuk, mint a nőket.

13. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=3000)

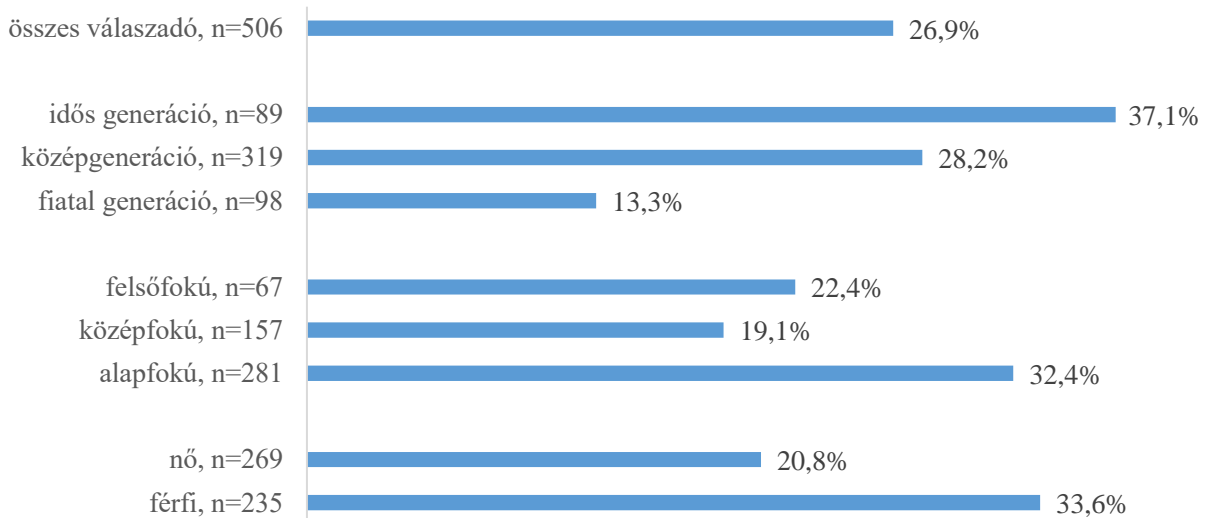
„Miért nem sportol jelenleg? – lusta vagyok hozzá”



Forrás: Saját szerkesztés

14. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)

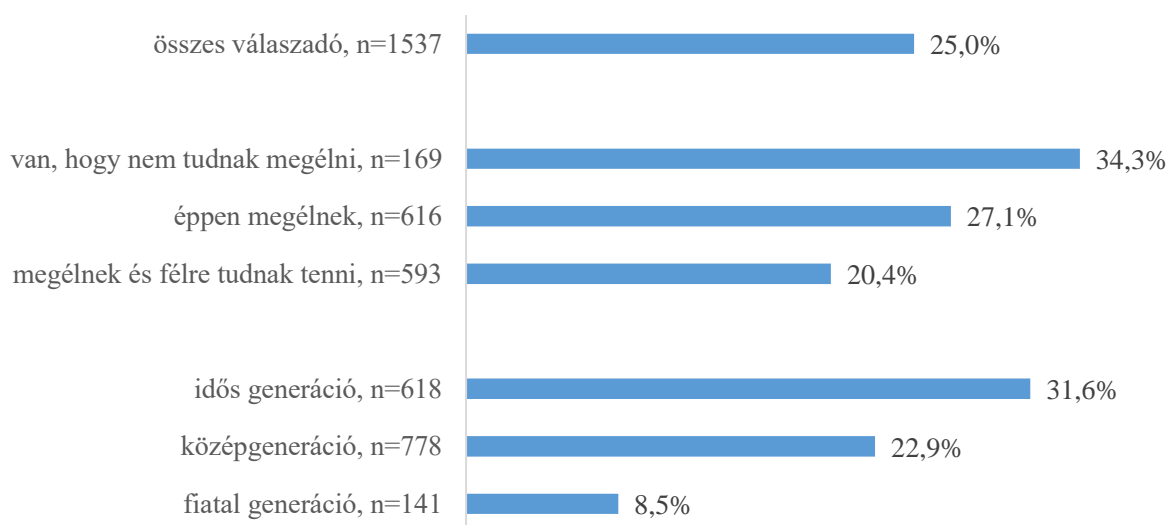
„Miért nem sportol jelenleg? – egészségi akadály miatt”



Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkon a generációk esetében hasonló eredményeket kaptunk. Végzettség és nemek szerint azonban nem sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk. Érdekes módon nem reprezentatív mintánkban az egészségi akadály miatti nem sportolásban különbség mutatkozott a válaszokban anyagi helyzet szerint (15. ábra). A rosszabb anyagi helyzetben lévők magasabb arányban nyilatkoztak úgy, hogy egészségi helyzetük jelenti a rendszeres sportolásuk hiányának okát.

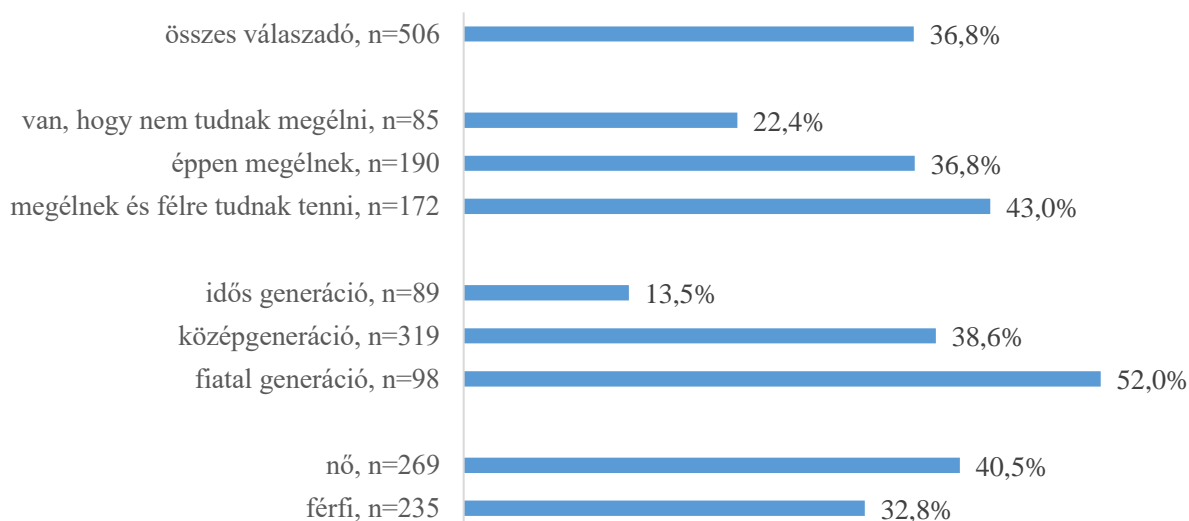
15. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=3000)
 „Miért nem sportol jelenleg? – egészségi akadály miatt”



Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív mintánkban különbség mutatkozott az időhiány miatti nem sportolást tekintve anyagi helyzet, generációk és a nemek alapján is (16. ábra). A nők és a fiatalabb generációk tagjai nagyobb arányban jelölték, hogy azért nem sportolnak rendszeresen, mert nincs rá idejük. Ezzel szemben a férfiakra és az idősebb generációk tagjaira ez az ok kevésbé jellemző. Anyagi helyzet alapján a jobb anyagi helyzetben lévők azok, akiknél magasabb az időhiány miatti nem sportolás, míg a rosszabb anyagi helyzetben lévők esetén ez alacsonyabb.

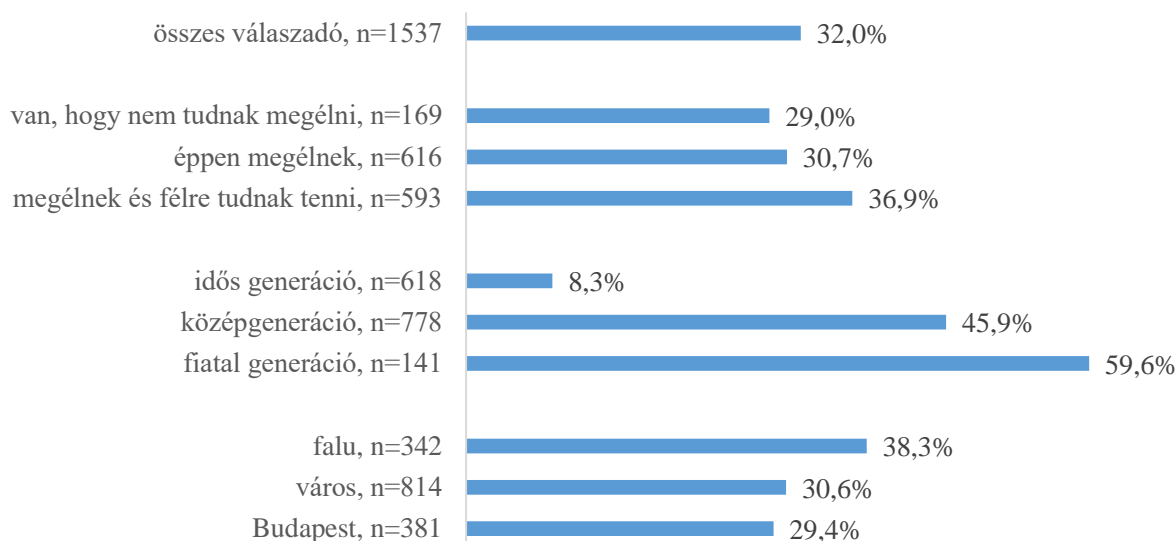
16. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)
 „Miért nem sportol jelenleg? – időhiány miatt”



Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban az időhiány miatti nem sportolás esetén a generációk és az anyagi helyzet szempontjából nagyon hasonló eredményre jutottunk, mint a reprezentatív mintánkban. Különbséget jelent, hogy nemek esetén nem, míg településtípus alapján sikerült igazolnunk szignifikáns különbséget. Ez alapján nem reprezentatív mintánkban a falusiak nagyobb arányban jelölték, mint a városban vagy fővárosban élők, hogy rendszeres sportolásuk hiányának oka az időhiány (17. ábra).

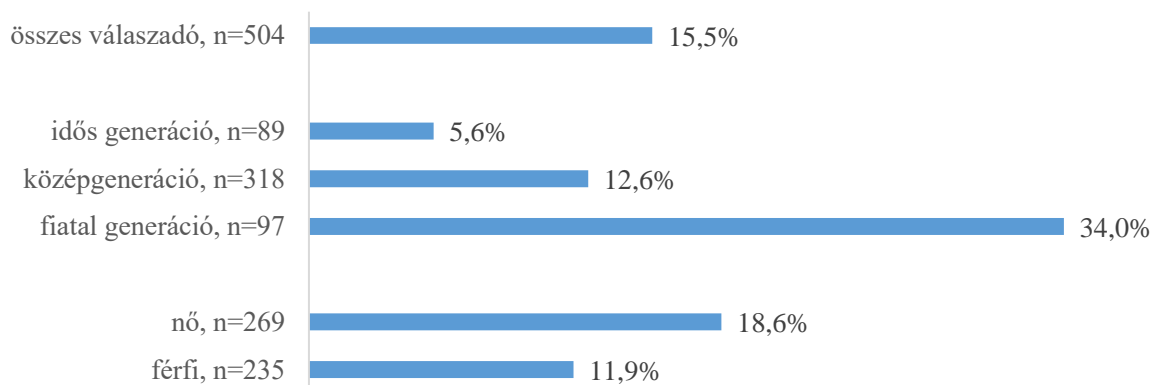
17. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=3000)
„Miért nem sportol jelenleg? – időhiány miatt”



Forrás: Saját szerkesztés

A 18. ábra alapján reprezentatív mintánkban érdekes módon az idős generáció tagjai jelölték a legkisebb arányban, hogy azért nem sportolnak, mert ehhez nincs társuk. A fiatalabb generációkra ez sokkal jellemzőbb. A nemek szerint a nők között voltak nagyobb arányban, akik nem sportolásuk okának a társaság hiányát érzik.

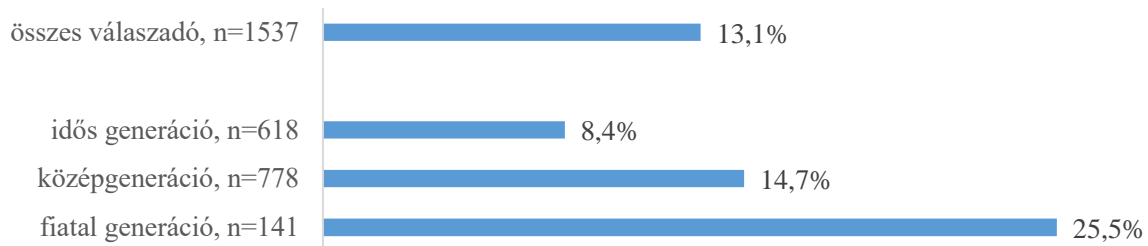
18. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)
„Miért nem sportol jelenleg? – nincs társ hozzá, egyedül nem megy”



Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős nem reprezentatív mintánkat tekintve a generációk között hasonló tendencia figyelhető meg, mint az 1000 fős reprezentatív mintánk eredményeiben (19. ábra). Ezen kívül se a nemek, se a többi vizsgált demográfiai szempont szerint nem sikerült szignifikáns különbségeket feltárnunk.

19. ábra: A sportolás hiányának oka – háttérelvezés (n=3000)
„Miért nem sportol jelenleg? – nincs társ hozzá, egyedül nem megy”



Forrás: Saját szerkesztés

A 20. ábra alapján reprezentatív mintánkban a férfiak és nők között különbség mutatkozik abban, hogy nem igénylik a sportot. A férfiak között érdekes módon jelentősen magasabb arányban vannak, akik azért nem sportolnak rendszeresen, mert nincs effajta igényük.

20. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)
„Miért nem sportol jelenleg? – nem igénylem (no sport)”



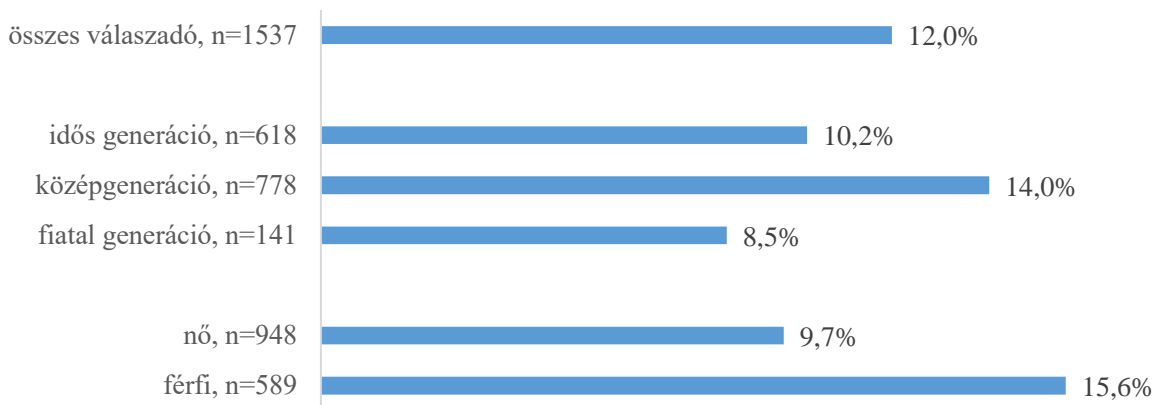
Forrás: Saját szerkesztés

Nem reprezentatív mintánkban a nemek közötti különbségek mellett a generációk esetén is sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk. A középgeneráció esetén a legmagasabb azok aránya érdekes módon, akik nem igénylik a sportolást (21. ábra). Ez az arány a náluk idősebbek és fiatalabbak esetén is alacsonyabb.

A sportolással kapcsolatos infrastruktúra hiányát tekintve a reprezentatív mintánk kitöltői közül a rosszabb anyagi helyzetben lévők jelölték meg ezt nagyobb arányban nem sportolásuk okaként (22. ábra). Ez valamilyen szinten érthető is, hiszen a rosszabb anyagi körülmények között élők gyakrabban szorulnak ki földrajzi szempontból is olyan peremterületekre, ahol nemcsak a sportolásra nincs a közelben lehetőségük, de más infrastruktúrák is hiányosak. Érdekes módon a fiatal generáció tagjai jelentősen magasabb arányban nyilatkoztak úgy, hogy nem sportolnak, mert erre nincs a közelben lehetőségük, mint a náluk idősebb generációk tagjai. Ez következhet abból is, hogy ugyan sportolásra alapvetően lenne lehetőségük, viszont a lehetőségtől eltérő típusú sportokra vágnak.

21. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000)

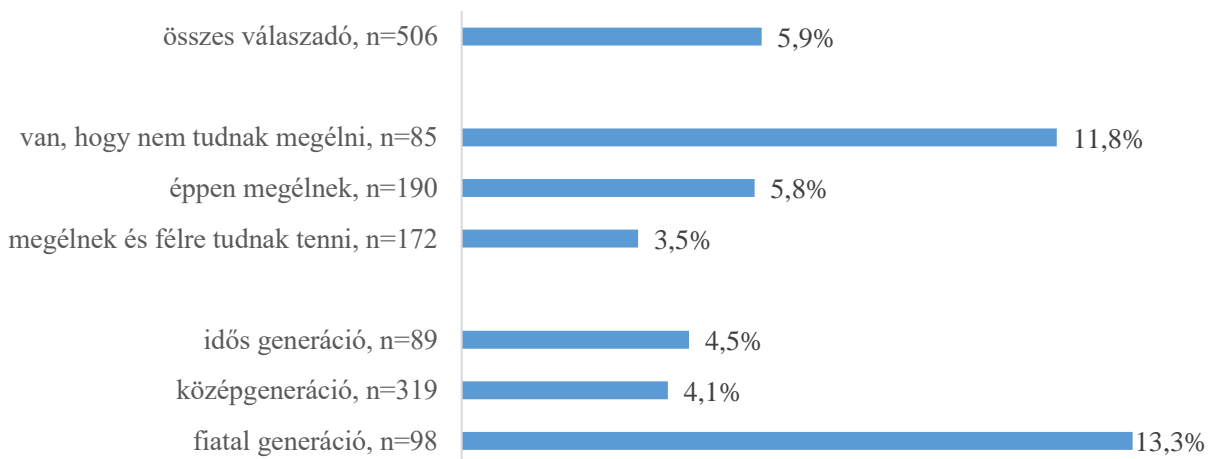
„Miért nem sportol jelenleg? – nem igénylem (no sport)”



Forrás: Saját szerkesztés

22. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=1000)

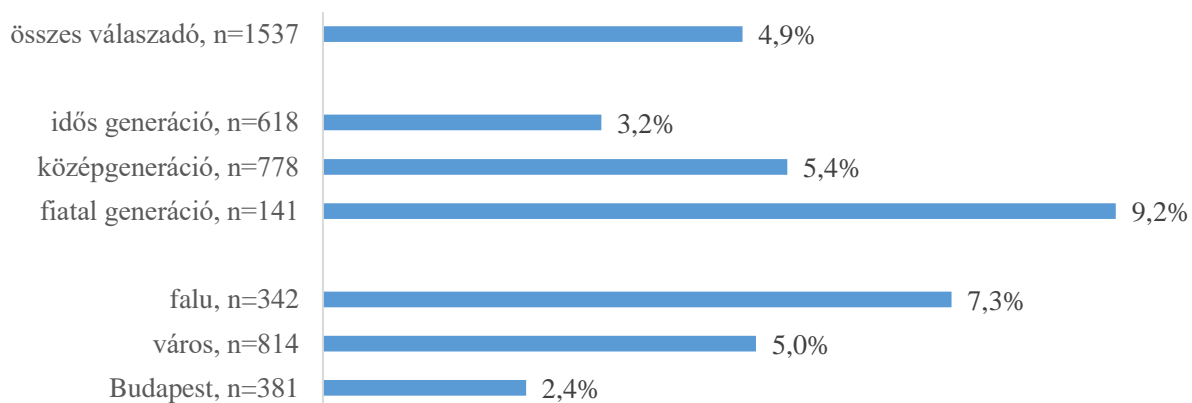
„Miért nem sportol jelenleg? – nincs a közelben erre lehetőség”



Forrás: Saját szerkesztés

Nem reprezentatív 3000 fős mintánkban generációk és településtípus szempontjából tártunk fel szignifikáns különbségeket a „nincs a közelben lehetőség a sportolásra” válaszlehetőség esetén (23. ábra). A generációk válaszai különböznek az 1000 fős reprezentatív mintában tapasztaltaktól. Ahhoz képest a fiatal generáció kisebb, míg a középgeneráció nagyobb arányban jelölte, hogy azért nem sportol, mert a közelben nincs lehetősége erre. A településtípust vizsgálva a falusiak esetén a legnagyobb, míg a fővárosiak esetén a legkisebb ez az arány. Fontos kiemelni, hogy a minta egészét tekintve az infrastruktúra hiánya miatt nem sportolás összességében nagyon alacsony a többi válaszlehetőséghez viszonyítva.

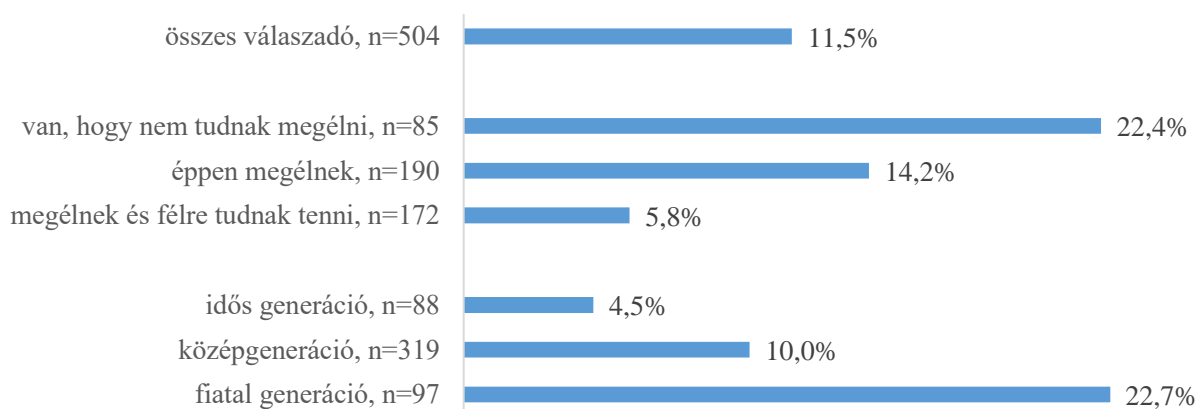
23. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=3000)
 „Miért nem sportol jelenleg? – nincs a közelben erre lehetőség”



Forrás: Saját szerkesztés

Szerencsére majdnem hasonlóan alacsony arányt képez a pénzhiány miatti nem sportolás is. A 24. ábrán látható, hogy nem meglepő módon a jobb anyagi helyzetben lévők sokkal kisebb arányban jelölték a pénzhiányt nem sportolásuk okaként, mint akik jobb anyagi helyzetben élnek. Generációk esetén szintén sikerült szignifikáns különbséget kimutatnunk. A fiatal generáció tagjai között jócskán nagyobb arányban vannak, akik azért nem sportolnak, mert nincs rá pénzük. Ezzel szemben ez az ok az életkor növekedésével már sokkal kevésbé jellemző.

24. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)
 „Miért nem sportol jelenleg? – nincs rá pénzem”

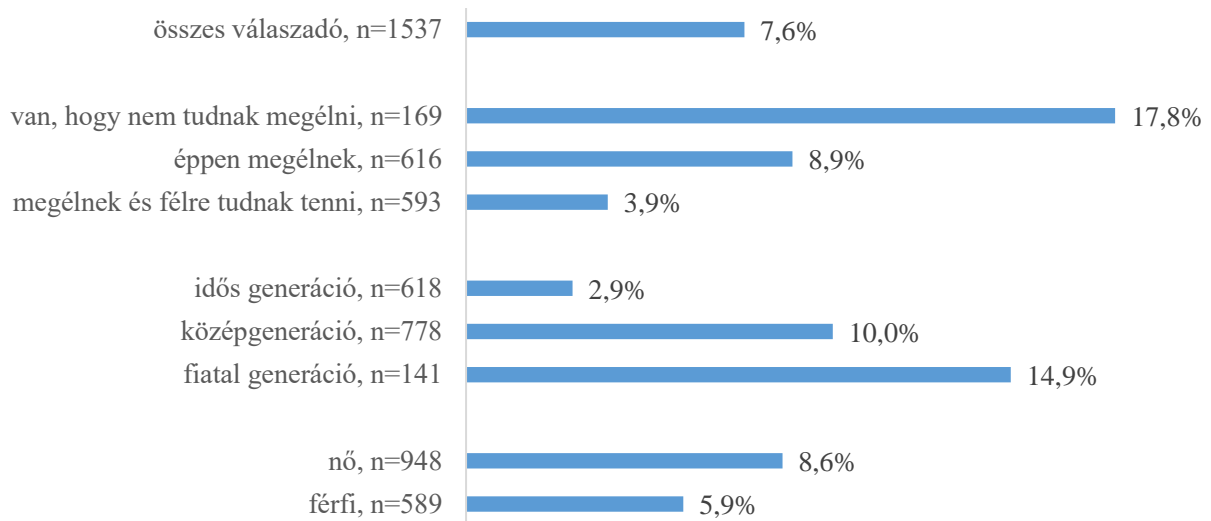


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban a fentiekben felsorolt jellemzők a pénzhiány miatti nem sportolást tekintve szintén megtalálhatók. Ezen felül különbséget tártunk fel a nemeket tekintve. A nők nagyobb arányban jelölték, hogy a pénzhiány miatt nem sportolnak (25. ábra).

25. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=3000)

„Miért nem sportol jelenleg? – nincs rá pénzem”

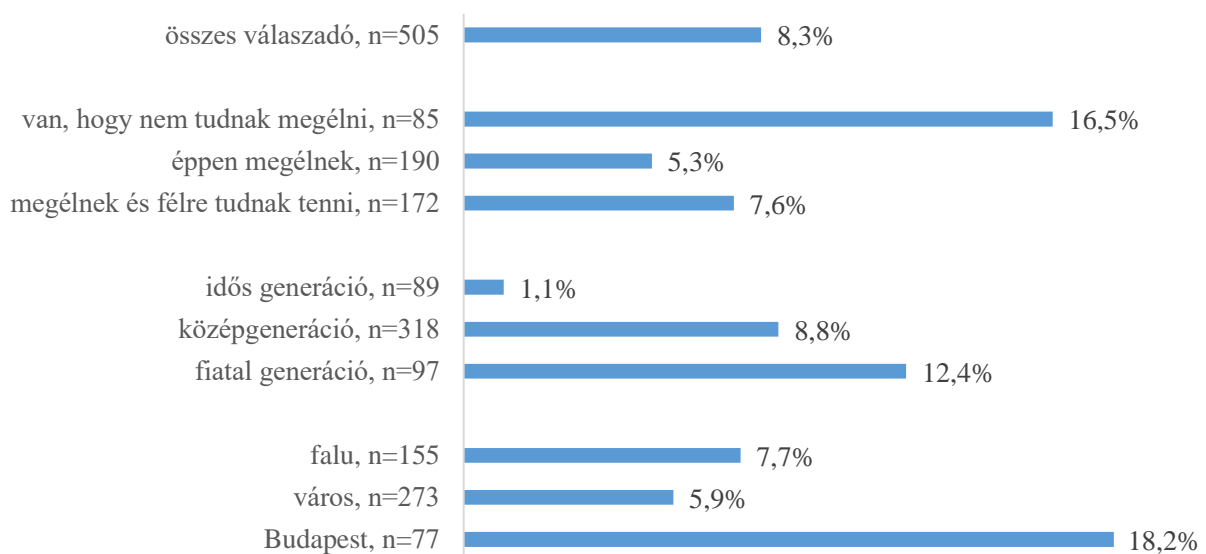


Forrás: Saját szerkesztés

A minta egészen az összes válaszlehetőséget tekintve nem jellemző, hogy az emberek azért nem sportolnak, mert nem akarják mutogatni a testüket. Ezen válaszlehetőség esetén reprezentatív mintánkban szignifikáns különbségeket állapítottunk meg anyagi helyzet, generációk és településtípus alapján (26. ábra). A rosszabb anyagi helyzetben élők és a fővárosiak jóval magasabb arányban jelölték ezt a lehetőséget, mint a jobb anyagi körülmények közöttiek és akik nem a fővárosban élnek. A generációkat tekintve a fiatal generáció tagjaira jellemzőbb, hogy ebből az okból kifolyólag nem sportolnak, míg az idős generáció tagjaira ez egyáltalán nem jellemző.

26. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelvezés (n=1000)

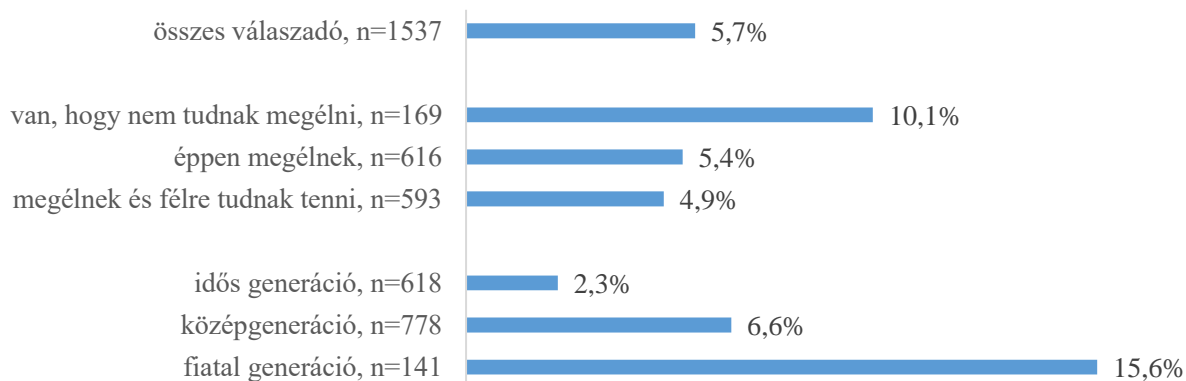
„Miért nem sportol jelenleg? – nem mutogatom a testemet”



Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős mintánkban a településtípus esetén nem sikerült kimutatni a szignifikáns különbséget, míg az anyagi helyzet és a generációk esetén igen. Ahogy a 27. ábrán látszik ezen két változó esetén reprezentatív mintánkhoz nagyon hasonló eredményeket kaptunk.

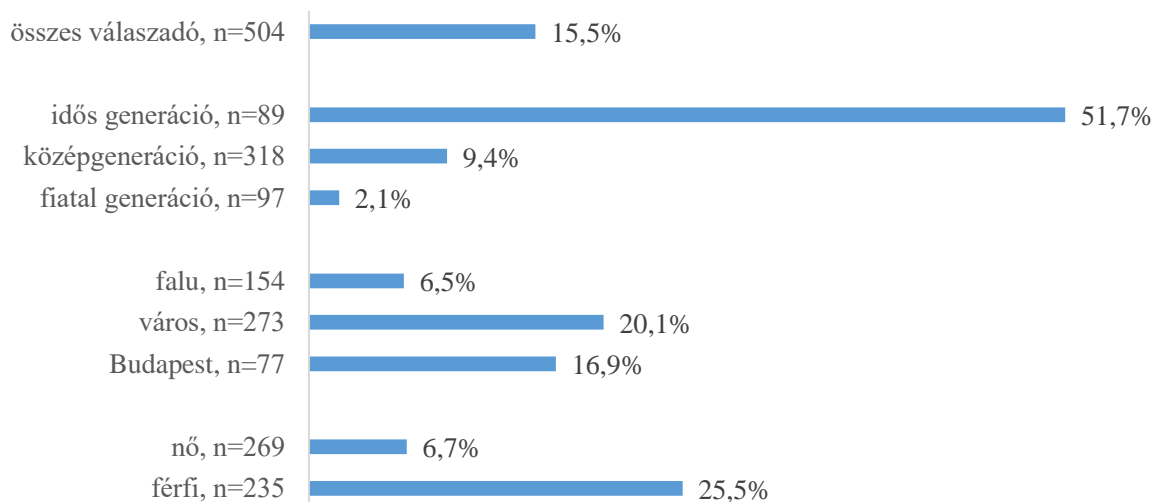
27. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmezés (n=3000)
„Miért nem sportol jelenleg? – nem mutogatom a testemet”



Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunkban külön vizsgáltuk, hogy kik azok a válaszadóink, akik a korukból kifolyólag nem sportolnak. Ebből a szempontból reprezentatív mintánkban különbségeket tártunk fel a generációk, az egyes településtípusok lakói és a nemek között is (28. ábra). A generációk esetén várható módon a fiatal generáció tagjai közül szinte senki nem jelölte, hogy a korából fakadóan nem sportol. A középgeneráció tagjai már nagyobb arányban jelölték ezt a lehetőséget, de az igazán kiugró eredményt nem meglepő módon az idős generáció körében tapasztaltuk. A nem sportoló idős generációsok fele (51,7%-uk) jelölte, hogy a korából fakadóan nem sportol. A településtípust és a nemeket tekintve a falusiak és a nők kisebb arányban nem sportolnak a koruk miatt, mint a nagyobb településen lakók és a férfiak.

28. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmezés (n=1000)
„Miért nem sportol jelenleg? – korom miatt”

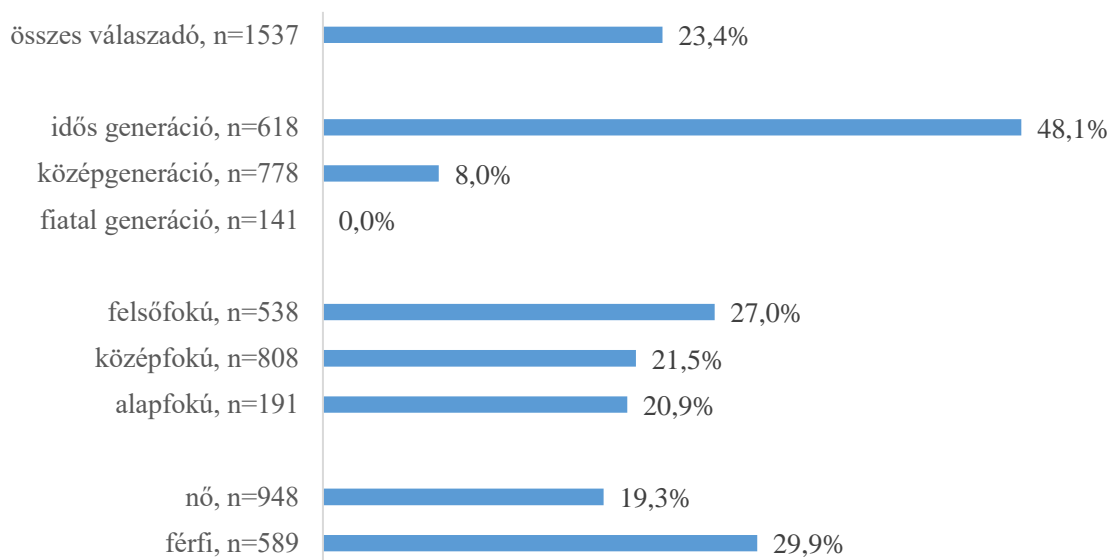


Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős mintánkban a kor miatti nem sportolást tekintve a generációk esetén majdnem megegyeztek az arányok az 1000 fős mintában tapasztaltakkal (29. ábra). A nemek közötti eredmények esetén általánosan mindkét nem képviselői nagyobb arányban jelölték ezt a válaszlehetőséget. A két minta között inkább a településtípus és a végzettség jelenti különbséget. Előbbi esetén csak a reprezentatív, míg utóbbi esetén csak a nem reprezentatív mintában sikerült szignifikáns különbséget kimutatni. 3000 fős mintánk szerint a felsőfokú végzettséggel rendelkezők kisebb arányban jelölték nem sportolásuk okaként a korukat, mint a náluk alacsonyabb végzettségűek.

29. ábra: A sportolás hiányának oka - háttérelmzés (n=3000)

„Miért nem sportol jelenleg? – korom miatt”

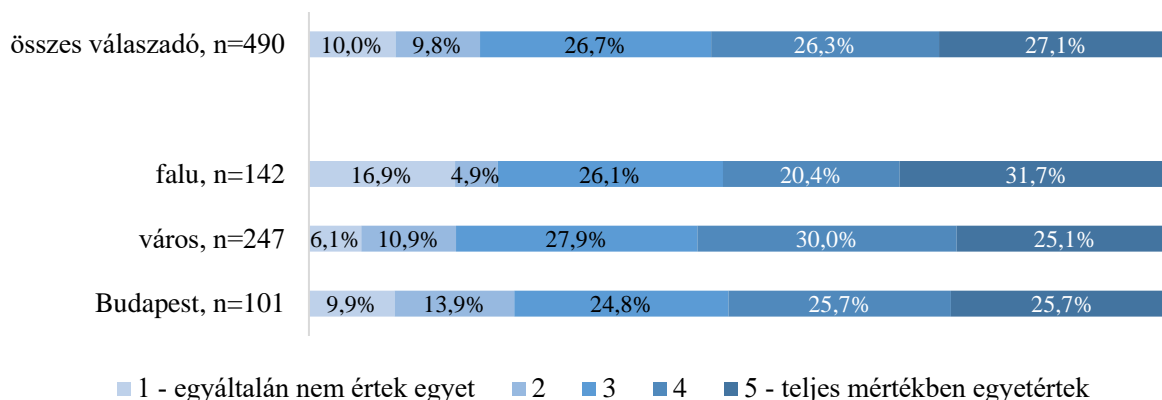


Forrás: Saját szerkesztés

A sportolás motivációinak kutatásához megvizsgáltuk, hogy az egyes állításokra, ötfokozatú Likert-skálán adott válaszokban kimutathatók-e szignifikáns különbségek. Reprezentatív mintánkban „A sporttal tudok igazán kikapcsolódni.” állítás megosztotta a falusiakat. Közülük kerültek ki a legnagyobb arányban, akik teljesen egyetértettek ezzel és azok is, akik egyáltalán nem értettek vele egyet. Ha összevonnjuk az egyetértéssel kapcsolatos 4-es és 5-ös értékeket, akkor a városiak tudnak leginkább kikapcsolódni a sporttal, míg a fővárosiak a legkevésbé (30. ábra).

30. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sporttal tudok igazán kikapcsolódni.”

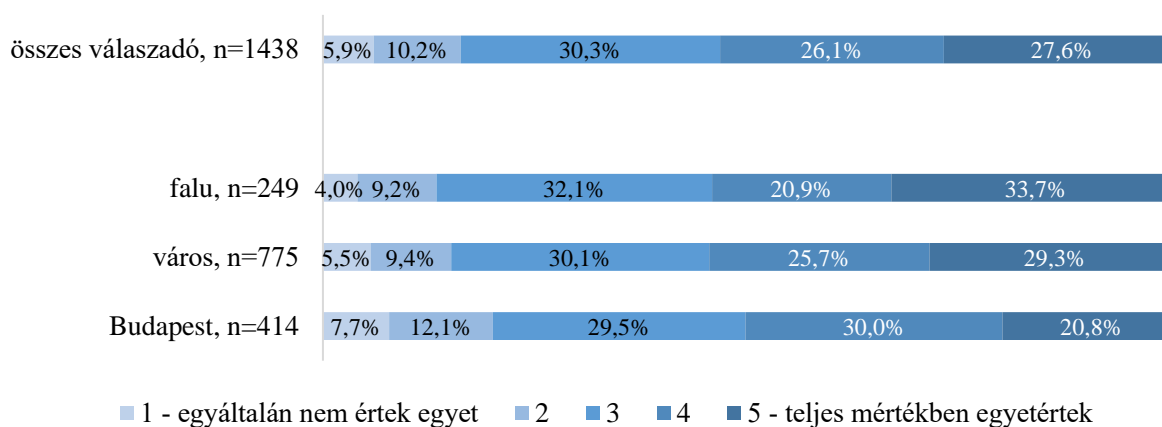


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánk válaszadói között szintén csak a településtípus kapcsán tudunk szignifikáns különbségeket kimutatni „A sporttal tudok igazán kikapcsolódni.” állítás esetén. Reprezentatív mintánkhoz hasonlóan a városiak tudnak leginkább kikapcsolódni a sport segítségével, míg a fővárosiak a legkevésbé (31. ábra).

31. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sporttal tudok igazán kikapcsolódni.”

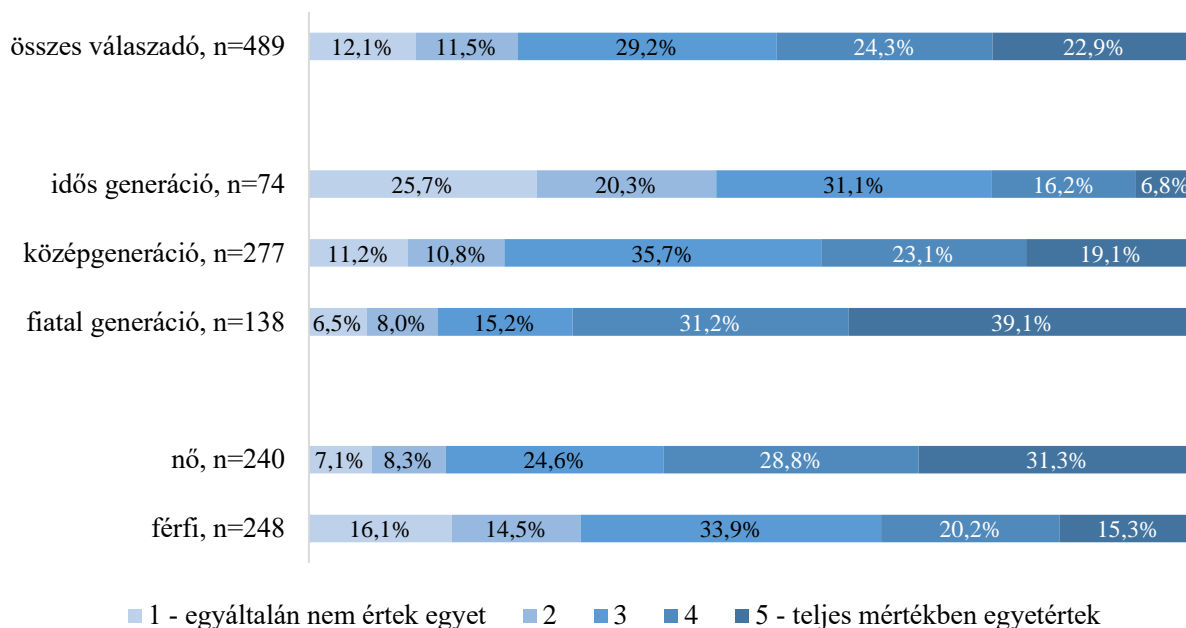


Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív mintánk alapján a szép test eléréseért való sportolás egyértelműen a fiatal generáció tagjaira jellemző. Az életkor előrehaladtával ennek aránya csökken, az idős generáció tagjai számára ez a típusú motiváció alig van jelen (32. ábra). Nemek szerint a nők értettek egyet nagyobb arányban „A szép test eléréseért sportolok.” állítással, mint a férfiak.

32. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A szép test eléréséért sportolok.”

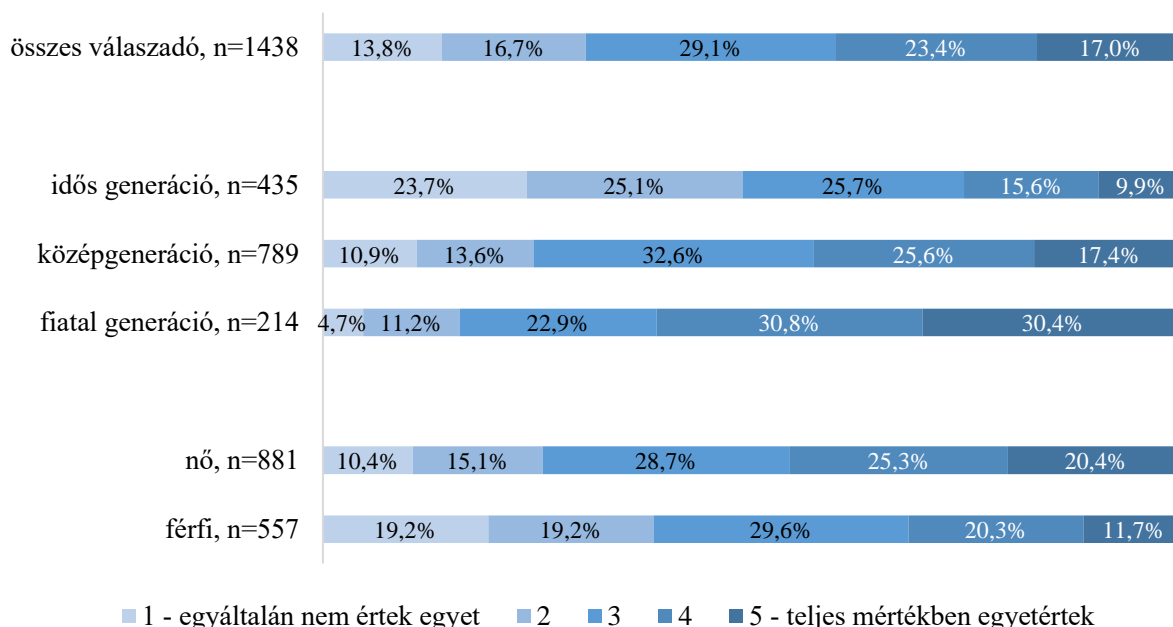


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős mintánk eredményei nagyon hasonlóak az 1000 fős megkérdezésünk eredményeihez, tulajdonképpen megerősítik azt (33. ábra). Ezen mintánkban is a generációk és a nemek között tapasztaltunk szignifikáns különbségeket.

33. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A szép test eléréséért sportolok.”

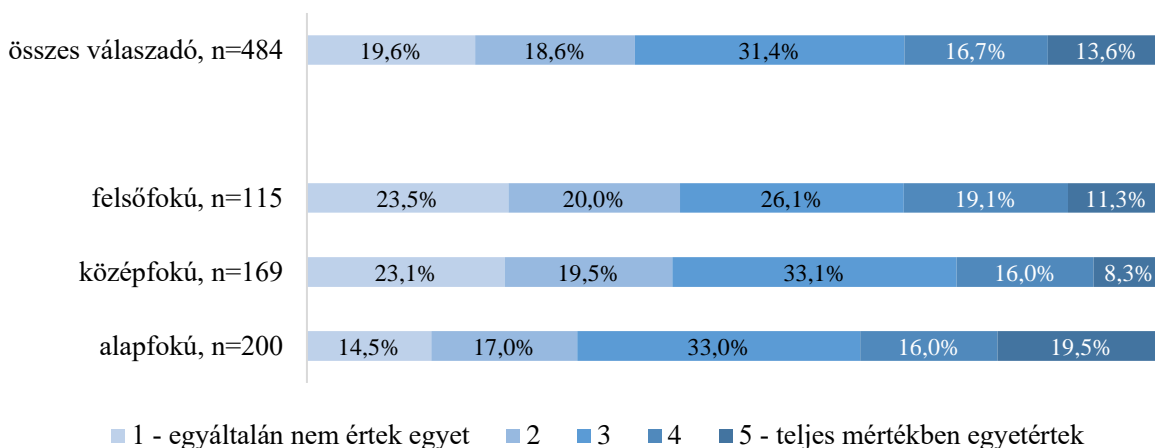


Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív mintánkban a végzettség szempontjából találtunk szignifikáns különbségeket „A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem.” állításunk esetében. A 34. ábrán látható, hogy a felsőfokú és a középfokú végzettségűek kisebb arányban sportolnak a társaság és a közösség miatt, mint az alapfokú végzettséggel rendelkezők.

34. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem.”



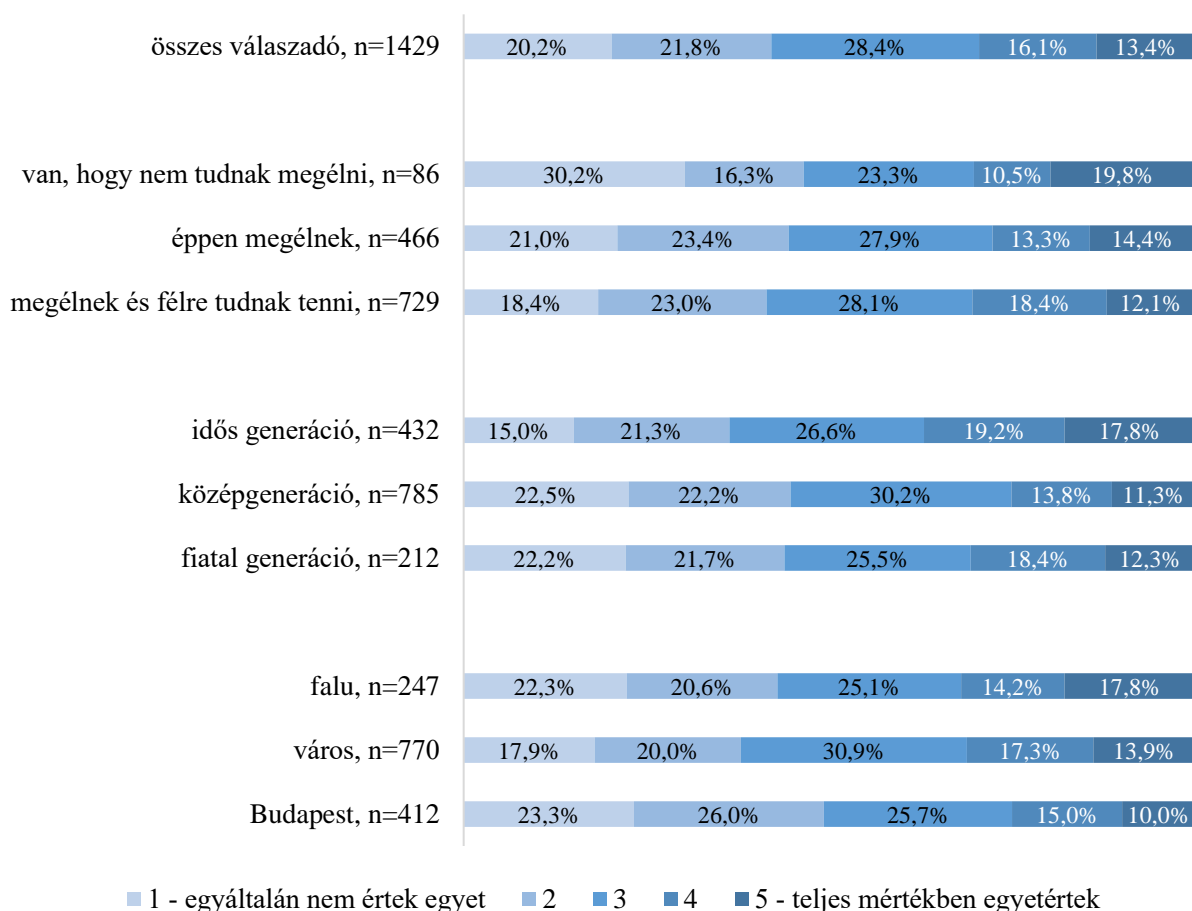
Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezen állításunk a 3000 fős mintánkban a végzettség szempontjából nem mutatott szignifikáns különbségeket. Ezzel szemben sikerült különbségeket feltárni az anyagi helyzet, a generációk és a településtípusok esetén (35. ábra). A különböző anyagi helyzetben lévők állítással való egyetértése a skála 4-es és 5-ös értékei esetén csekély különbségeket mutatott, ami alapján a rossz anyagi helyzetűek egy kissé nagyobb arányban sportolnak a társaság miatt. Viszont közöttük vannak azok is a legnagyobb arányban, akik nem értettek egyet az állítással, tehát egy olyan csoportról beszélhetünk, akik motivációja a témakör kapcsán megoszlik. Generációk tekintetében az idős generáció tagjai sportolnak nagyobb arányban a társaság miatt, mint a náluk fiatalabb generációk. Településtípusok esetén a falusiak nagyobb arányban értettek egyet ezzel az állítással, mint a városiak és a budapestiek.

„A sport igazi jellemfejlesztés.” állításunk szempontjából csak az 1000 fős reprezentatív megkérdezésünk esetén sikerült kimutatnunk szignifikáns különbséget, és ott is csak a településtípus szerint. A 36. ábra alapján a falusiak és a városiak nagyobb arányban gondolják úgy, hogy a sport igazi jellemfejlesztés, mint a budapestiek.

35. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

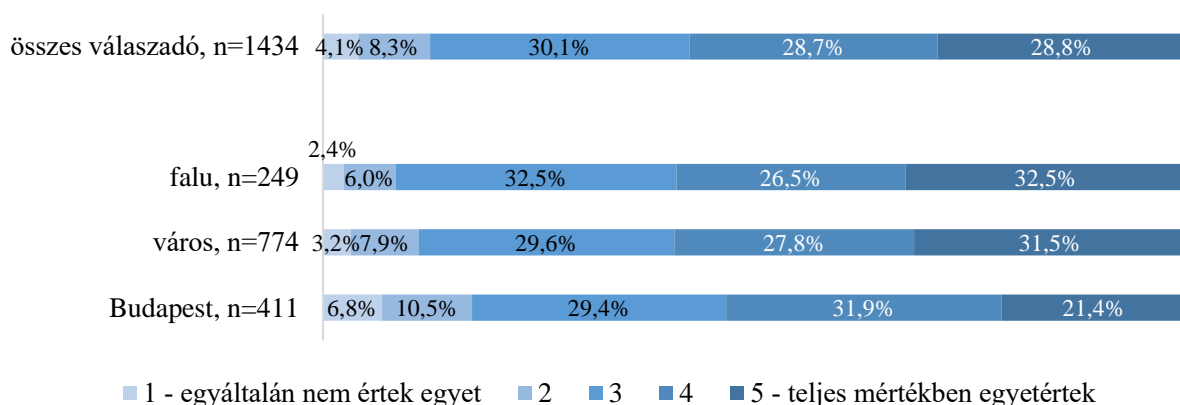
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem.”



Forrás: Saját szerkesztés

36. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sport igazi jellemfejllesztés.”



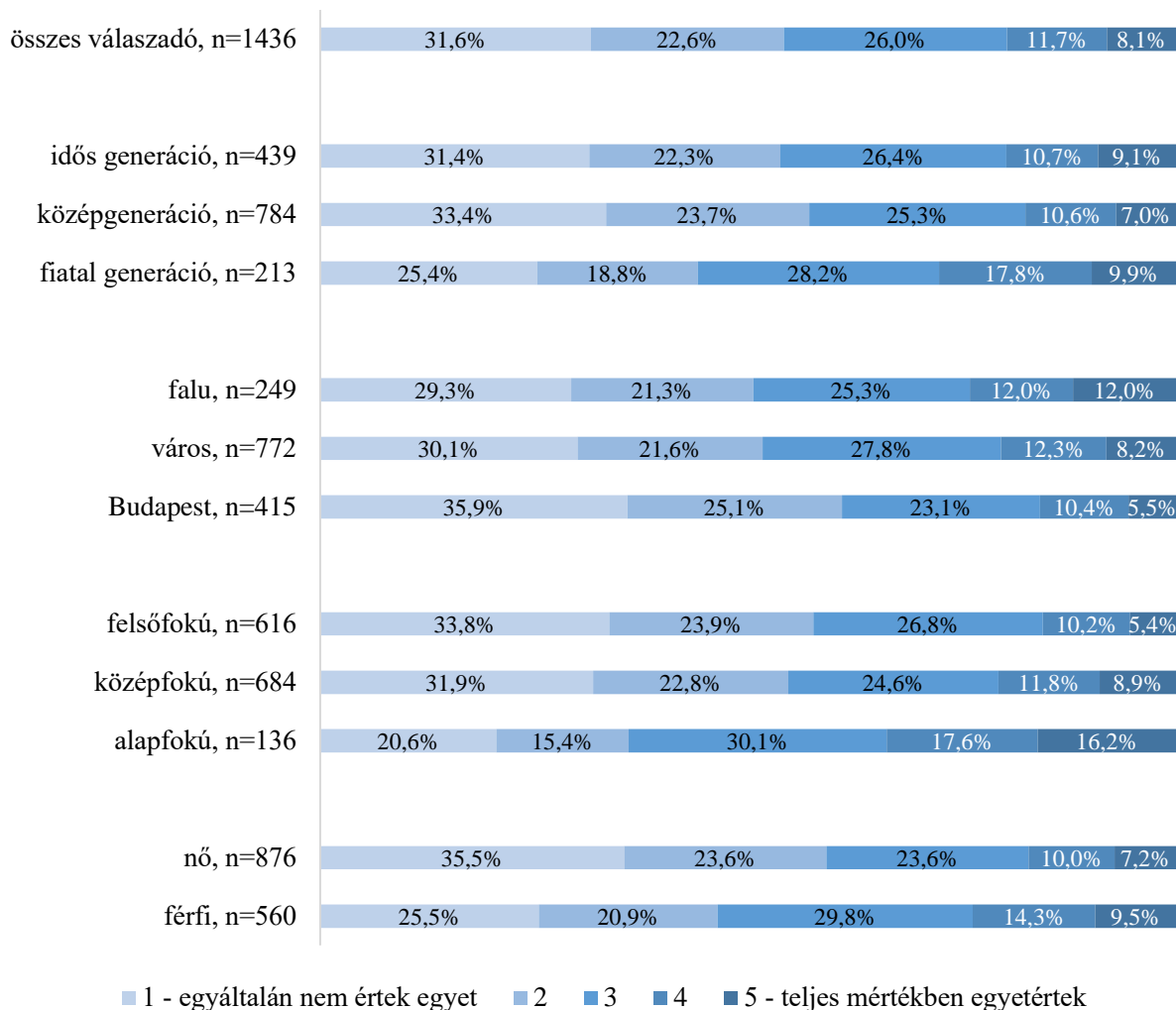
Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív megkérdezésünkben számos különbséget sikerült azonosítanunk „A sportban legjobb a versenyzés.” állításunk szempontjából az egyes demográfiai csoportok

között. Állításunkkal a fiatal generáció tagjai értettek egyet a leginkább, míg a középgeneráció tagjai a legkevésbé. Településtípus és végzettség szempontjából érdekes módon a falusiak és az alapfokú végzettséggel rendelkezők között tapasztaltuk a legnagyobb arányú egyetértést. Nemek esetén a férfiak között volt magasabb az egyetértés aránya (37. ábra).

37. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportban legjobb a versenyzés.”

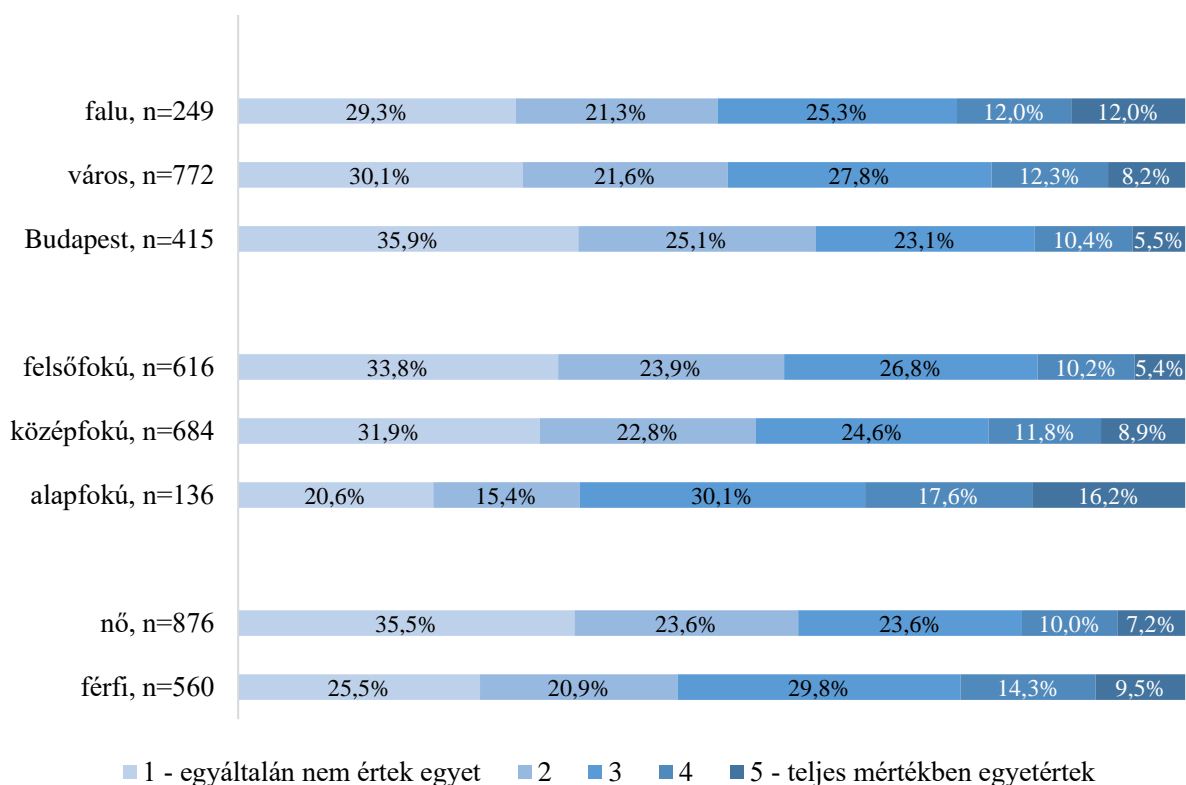


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős mintánk válaszadói között „A sportban legjobb a versenyzés.” állítás esetén nagyon hasonló különbségeket tártunk fel, mint amit az 1000 fős minta válaszadójánál tapasztaltunk. Ezt a 38. ábra foglalja össze. A két minta közötti érdemi különbségnek tekinthető a generációk közötti szignifikáns eltérés hiánya.

38. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? A sportban legjobb a versenyzés.”



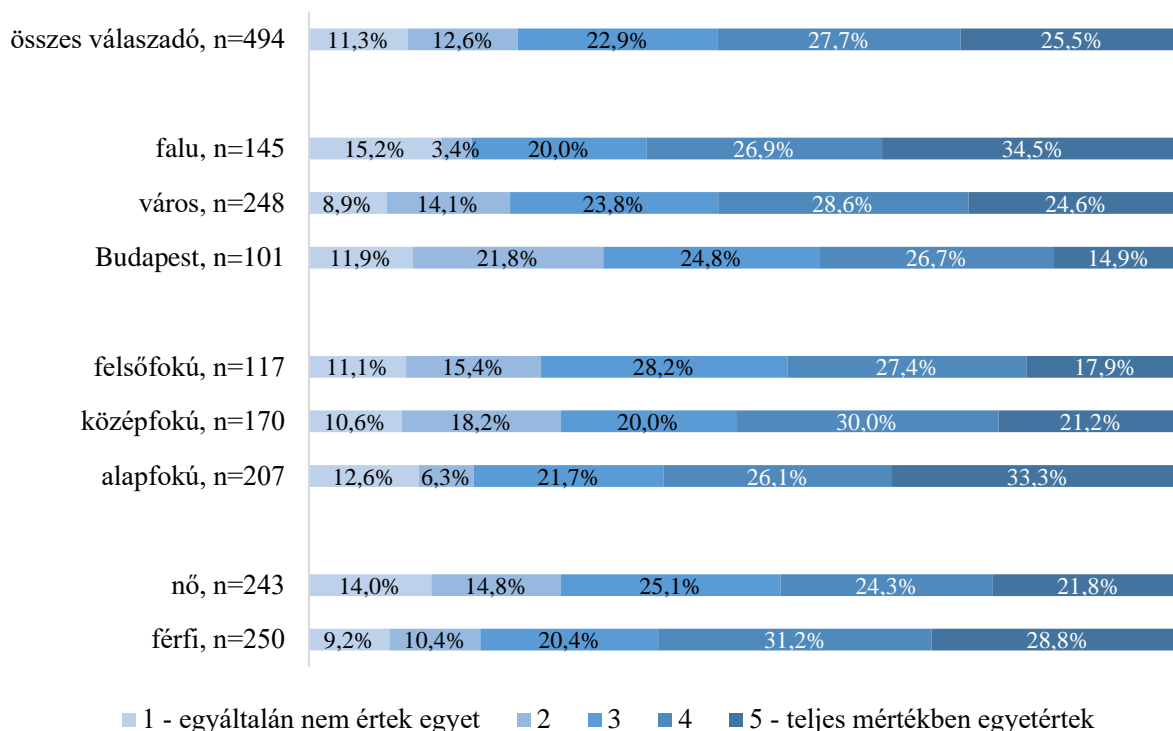
Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünk válaszadói közül a falusiak gondolták úgy a legnagyobb arányban és a busapestiek a legkevésbé, hogy a sportban a játék a legjobb (39. ábra). Ugyanezen állításunkkal a végzettségi szint emelkedésével csökken az egyetértés aránya. Nemek szerint a férfiak értettek jobban egyet ezzel.

3000 fős nem reprezentatív mintánkban a nemek közötti különbségek nagyon hasonlóak a reprezentatív megkérdezésünk eredményeihez „A sportban a játék a legjobb.” állításunk esetén. Településtípus szerint azonban nem a falusiak értettek egyet ezzel a legnagyobb arányban, hanem a városiak (40. ábra). Ez érdekes különbségnek tekinthető. További eltérés a két megkérdezésünk között, hogy nem reprezentatív mintánkban a generációk szerint is sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk. Ez alapján a fiatal generáció tagjai gondolják úgy nagyobb arányban, hogy a sportban a játék a legjobb.

39. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=1000)

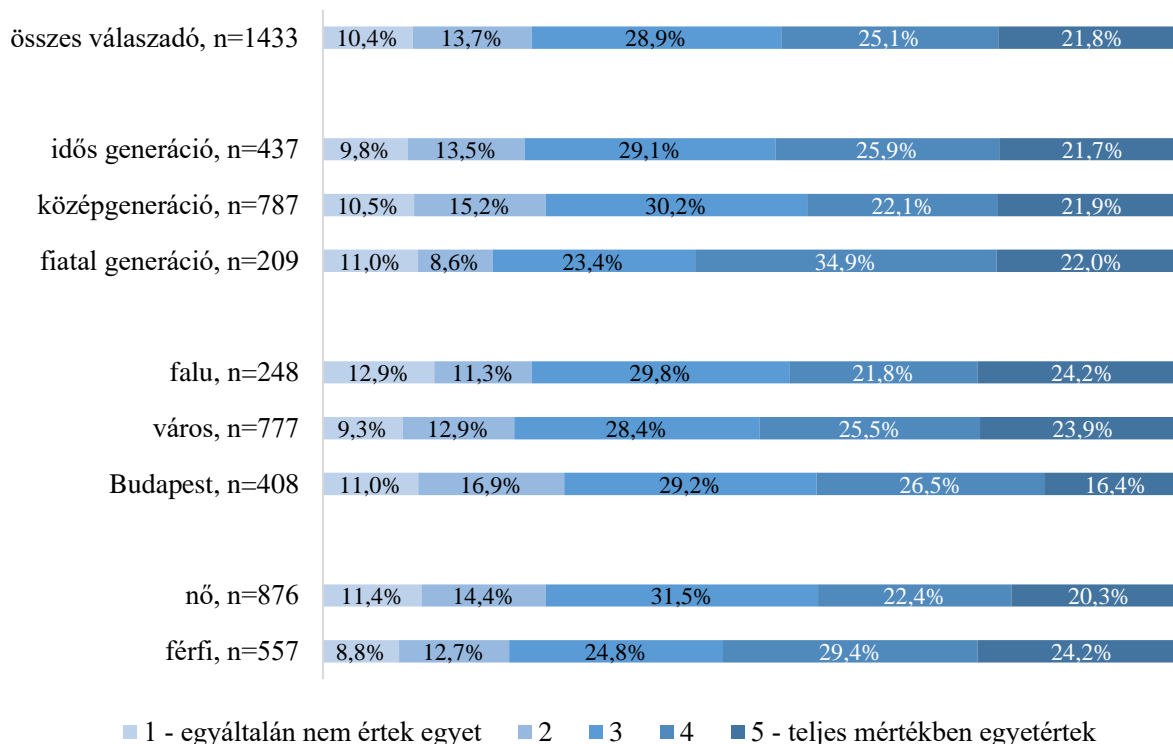
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportban a játék a legjobb.”



Forrás: Saját szerkesztés

40. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportban a játék a legjobb.”

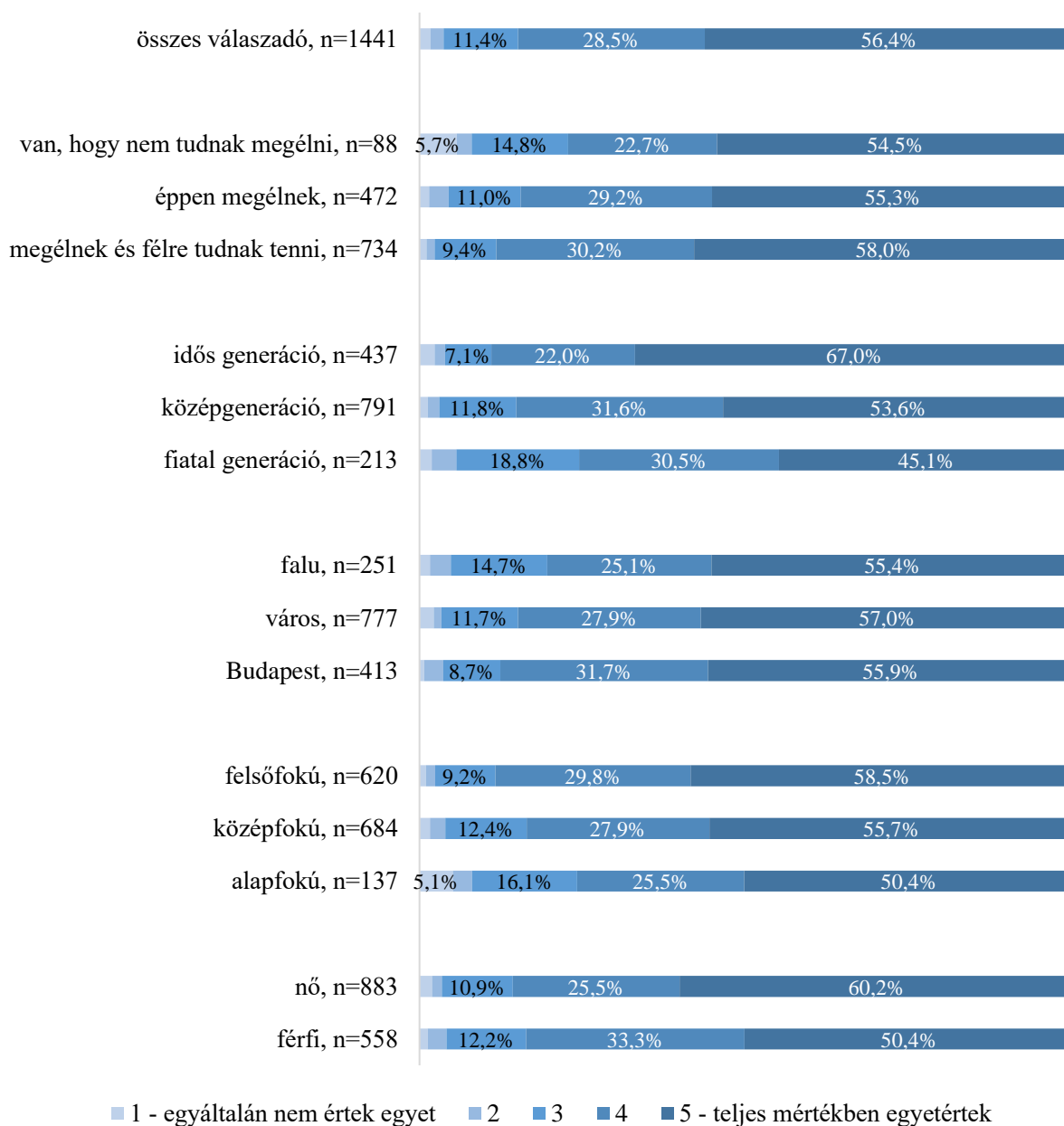


Forrás: Saját szerkesztés

Érdekes módon „Az egészségemért sportolok.” állítás esetén reprezentatív mintánkban egyetlen esetben sem tudunk szignifikáns különbségeket kimutatni, míg nem reprezentatív mintánkban ez az összes vizsgált demográfiai ismérv esetén sikerült. A 41. ábrán látható, hogy „Az egészségemért sportolok.” állítással a 3000 fős mintánkban a jó anyagi helyzetben lévők és az idős generáció tagjai nagyobb mértékben értettek egyet, mint a náluk rosszabb körülmények között élők és a fiatalabb generációk tagjai. A kapcsolódó teljes adatsor a 4. mellékletben található. Az állítással való egyetértés arányát a végzettségi szint és a nem is befolyásolta, a magasabb végzettségűek és a nők között többen vannak, akik az egészségükért sportolnak. A településtípus alapján ez a falusiakra kevésbé jellemző, mint a városiakra és a fővárosiakra.

41. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- Az egészségemért sportolok.”

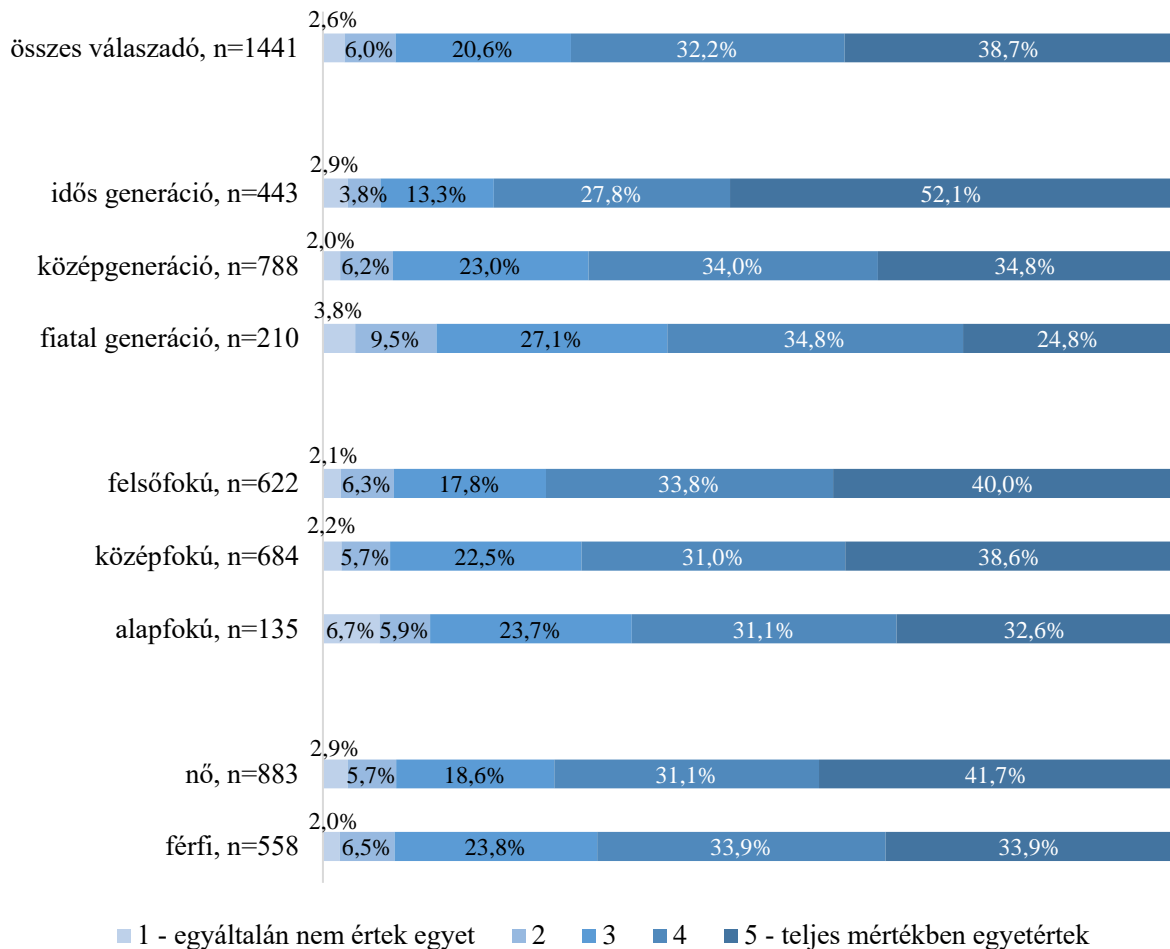


Forrás: Saját szerkesztés

„A sportolással maradhatok csak aktív” állításunk esetén szintén csak a nem reprezentatív, 3000 fős megkérdezésünk válaszadói között tudtunk szignifikáns különbségeket kimutatni. Generációk szerint jelentős eltéréseket tapasztaltunk. Az idős generáció tagjai sokkal nagyobb arányban gondolják úgy, hogy csak a sportolással maradhatnak aktívak, mint a középgeneráció tagjai. Ez a fiatal generációra jellemző a legkevésbé (42. ábra). Végzettség és nemek esetén ezen állításunkkal a nők és a magasabb végzettségűek értettek egyet nagyobb arányban.

42. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportolással maradhatok csak aktív.”

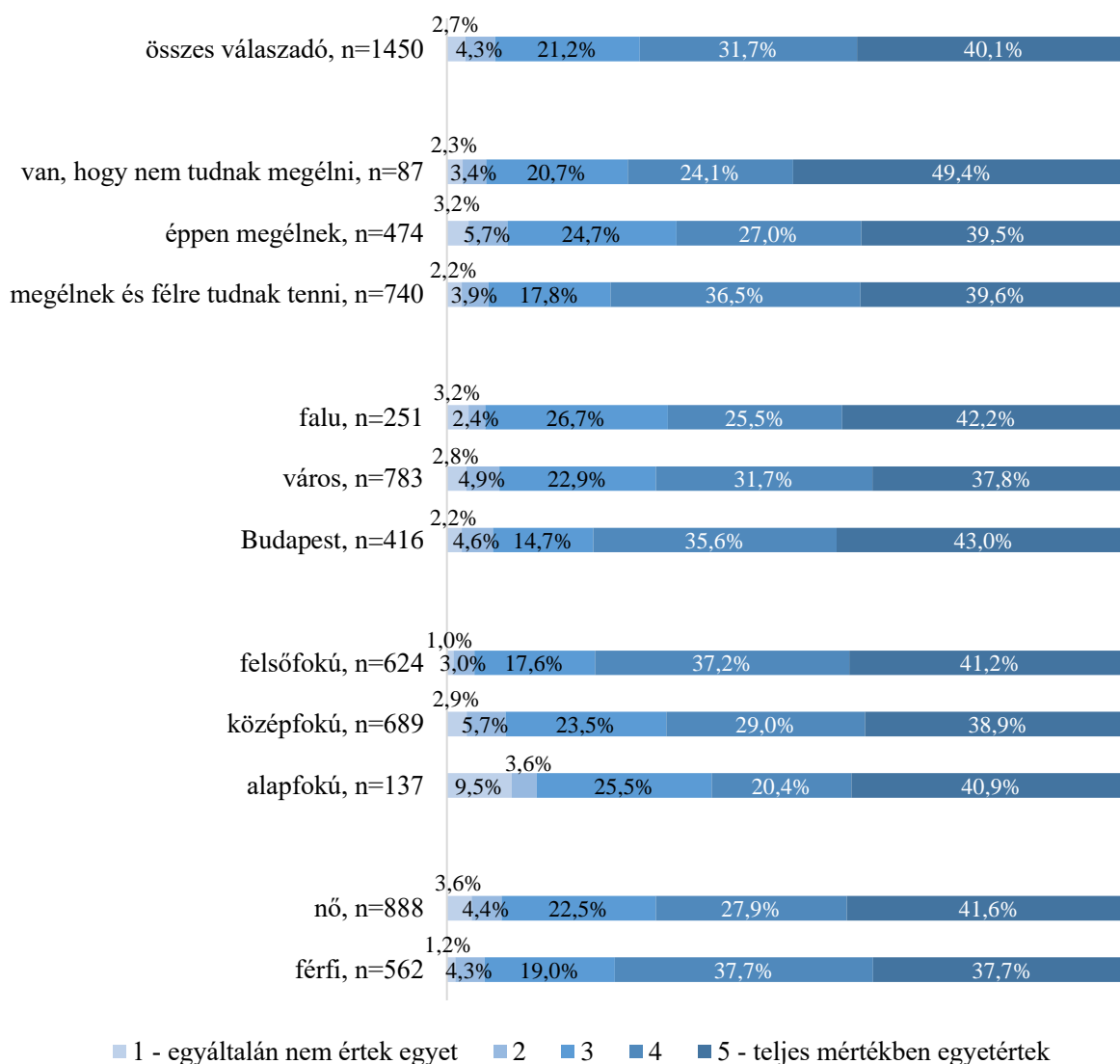


Forrás: Saját szerkesztés

A fentiekben bemutatott két állításunkhoz hasonlóan „A sport fizikai erőfeszítés.” állítás esetén sem tudtunk szignifikáns különbségeket feltárni a reprezentatív mintánk esetén. Nem reprezentatív megkérdezésünk eredményeit ezen állítás kapcsán a 43. ábra foglalja össze. A rosszabb anyagi helyzetben élők nagyobb arányban gondolják, hogy a sport fizikai erőfeszítés, csakúgy, mint a budapestiek és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők. Nemek szerint érdekes, hogy a teljes mértékben egyetért válaszlehetőséget a nők jelölték magasabb arányban. Összevonva azonban a 4-es és 5-ös értékeket a férfiak esetén tapasztaltuk a magasabb egyetértési arányt.

43. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sport fizikai erőfeszítés.”

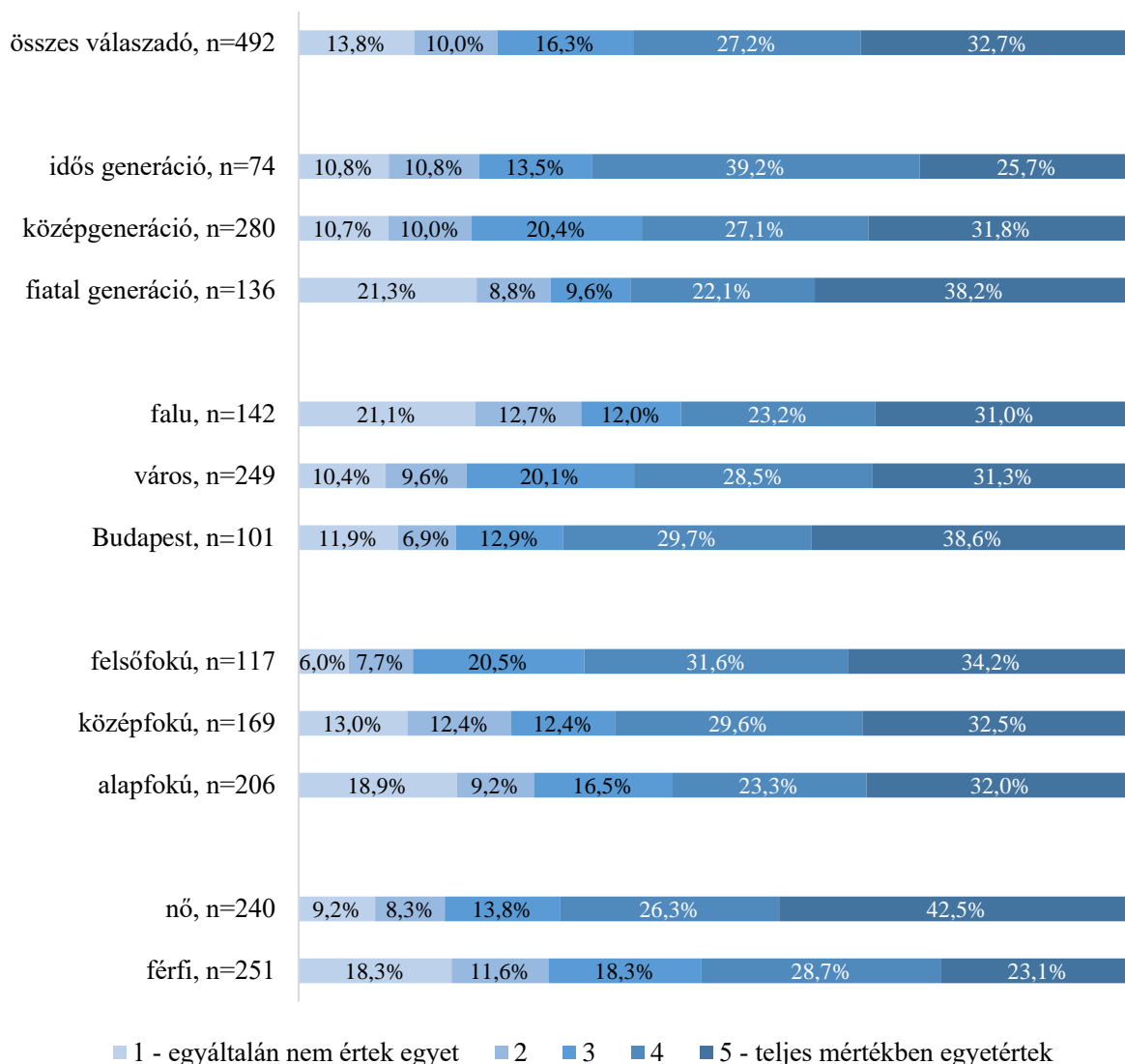


Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünkben „A sportolással fogyni (is) akarok.” állítás esetén a generációk, a településtípus, a végzettség és a nemek alapján sikerült szignifikáns különbségeket feltárnunk (44. ábra). Ezzel az állításunkkal a fővárosiak, a felsőfokú végzettségűek és a nők értettek egyet magasabb arányban. Generációk szerint a teljes egyetértés aránya a fiatal generációnál a legmagasabb. Ha azonban összevonjuk az értelmezéshez skálánk egyetért oldalán a 4-es és 5-ös értékeket, akkor érdekes módon az idős generáció tagjai akarnak a sportolással legnagyobb arányban fogyni is.

44. ábra: Sportolási motivációk - háttérelmezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? A sportolással fogyni (is) akarok.”

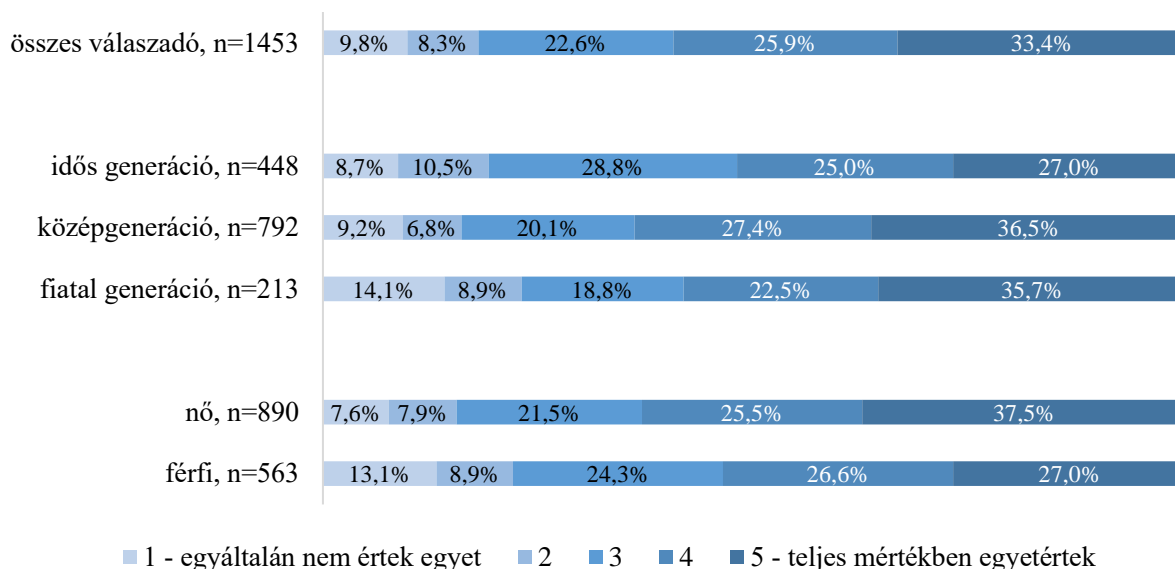


Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezen állításunkat a 3000 fős nem reprezentatív mintánkon vizsgálva csak a generációk és a nemek között sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk. Generációk esetén eredményeink eltérnek a reprezentatív mintánkban tapasztaltaktól, mivel a középgeneráció tagjai jelölték a legnagyobb arányban, hogy a sportolással fogyni is akarnak (45. ábra). A nemek szerinti eredmények hasonlóak, a nők jobban egyetértettek ezzel az állításunkkal, mint a férfiak.

45. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sportolással fogyni (is) akarok.”

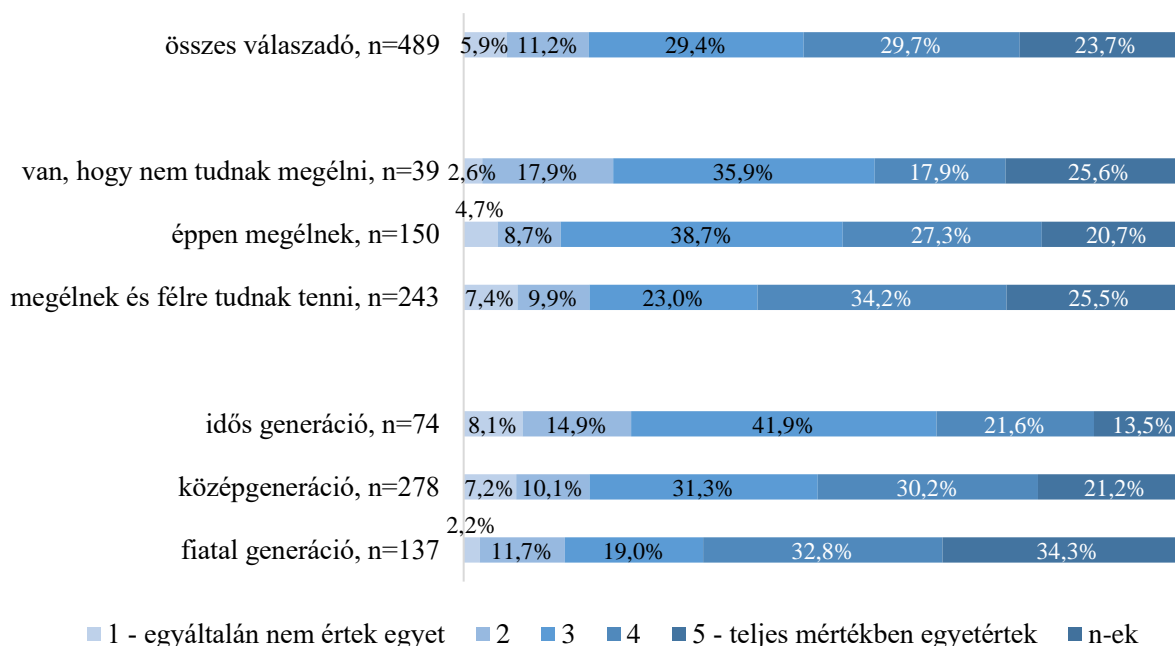


Forrás: Saját szerkesztés

Az 1000 fős reprezentatív megkérdezésünk válaszadói közül a fiatal generációk tagjai válaszolták a legnagyobb arányban, hogy a sporttal mindig újabb célokat érnek el (46. ábra). Az állításunkkal való egyetértés aránya az életkor előrehaladtával csökkent, az idős generáció tagjai értettek egyet ezzel a legkevésbé. Anyagi helyzet szerint a legjobb anyagi helyzetben élők akarnak a legnagyobb arányban a sporttal mindig újabb célokat elérni.

46. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sporttal mindig újabb célokat érek el.”

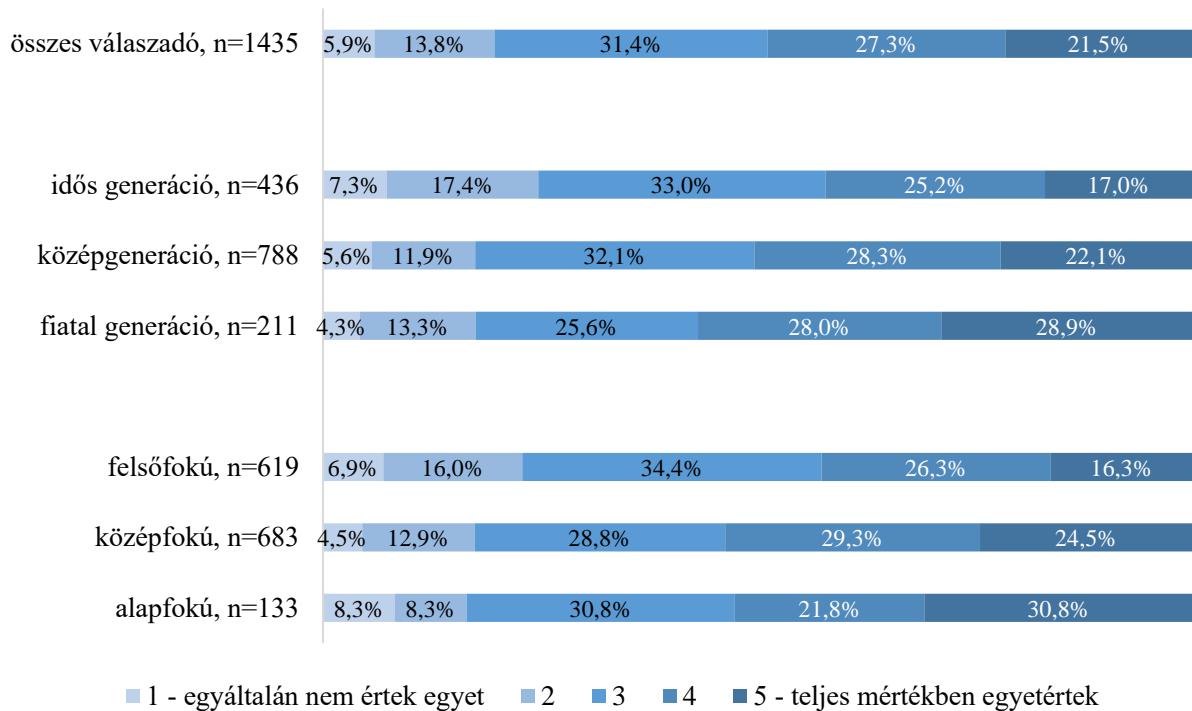


Forrás: Saját szerkesztés

„A sporttal mindig újabb célokat érek el.” állításunk esetén a 3000 fős reprezentatív mintánk eredményei generációk szerint nagyon hasonlóak reprezentatív mintánk eredményeihez. Anyagi helyzet tekintetében nem, míg végzettség szerint sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk. Az állításunkkal való teljes egyetértést tekintve az alapfokú végzettséggel rendelkezők jelöltek a legmagasabb arányban 5-ös értéket (47. ábra). Összevonva azonban skálánk egyetértés oldalának 4-es és 5-ös értékeit a középfokú végzettséggel rendelkezők szeretnék legnagyobb arányban a sporttal mindig újabb célokat elérni.

47. ábra: Sportolási motivációk - háttérellemzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sporttal mindig újabb célokat érek el.”

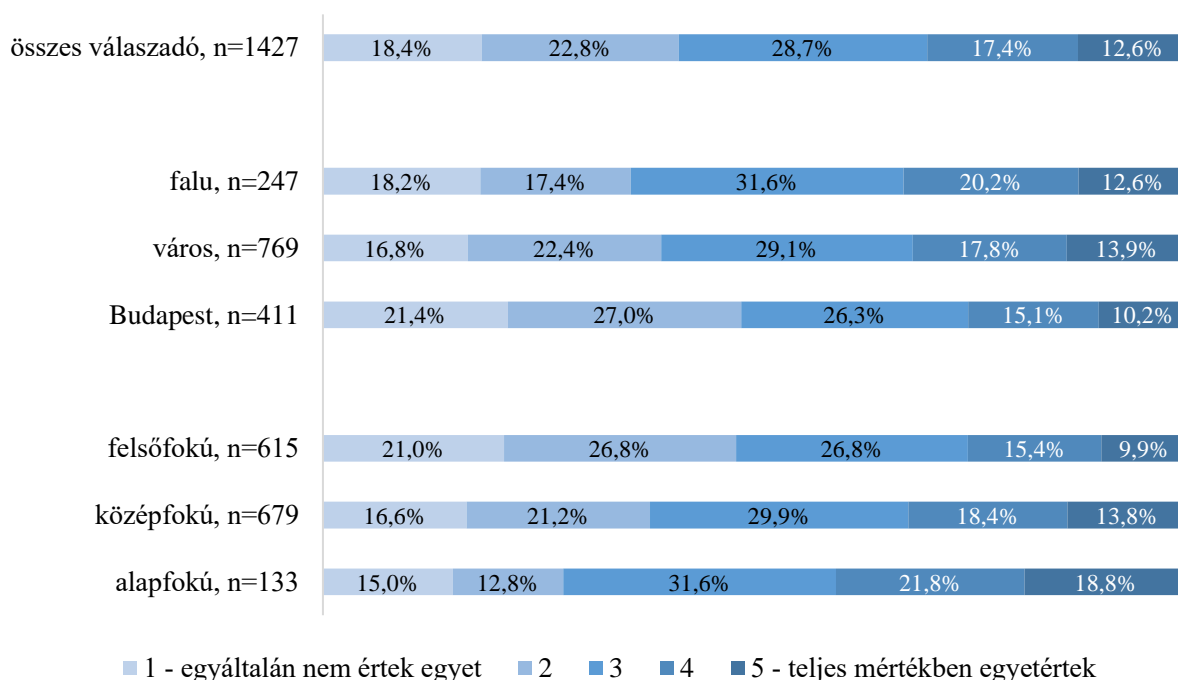


Forrás: Saját szerkesztés

„A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani.” állításunk esetén csak a 3000 fős nem reprezentatív mintánkban tudtunk szignifikáns különbségeket feltárni. Ennek eredményeit a 48. ábra foglalja össze. A magasabb végzettségűek kisebb arányban értettek egyet ezzel, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők. A településtípusok esetén a teljes egyetértés aránya a városiaknál a legmagasabb, összevonva azonban a 4-es és 5-ös értékeket a falusiak nyilatkoztak a legtöbbet úgy, hogy a sporttal fontos kapcsolatokat tudnak kialakítani.

48. ábra: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani.”

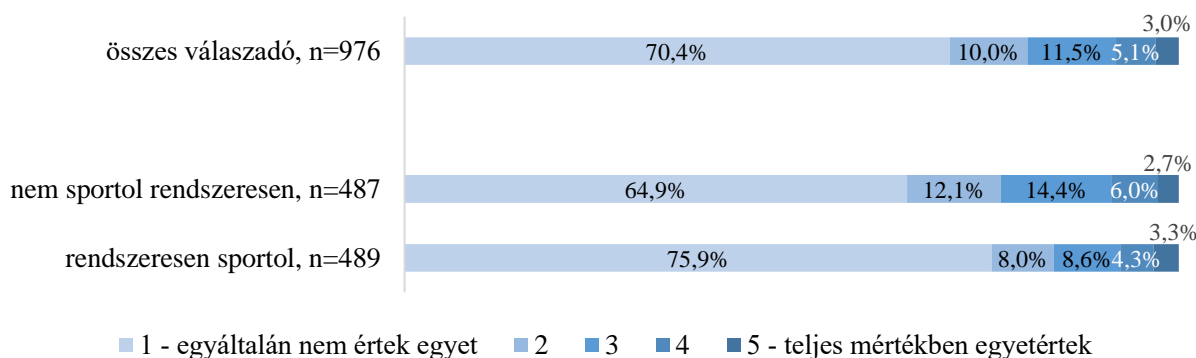


Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunkban összesen 22 attitűdállítás segítségével vizsgáltuk a válaszadók sportfogyasztással kapcsolatos jellemzőit. A következőkben az ezekre adott válaszokban fellelhető különbségeket mutatjuk be a vizsgált demográfiai csoportok szerint. A 49. ábrán látható, hogy az 1000 fős reprezentatív mintánkban megkérdezettjeinknek rendszeresen sportoló hányada kisebb mértékben értett egyet „A sportolás csak fiataloknak való.” állítással, mint akik sportolnak.

49. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás csak fiataloknak való.”



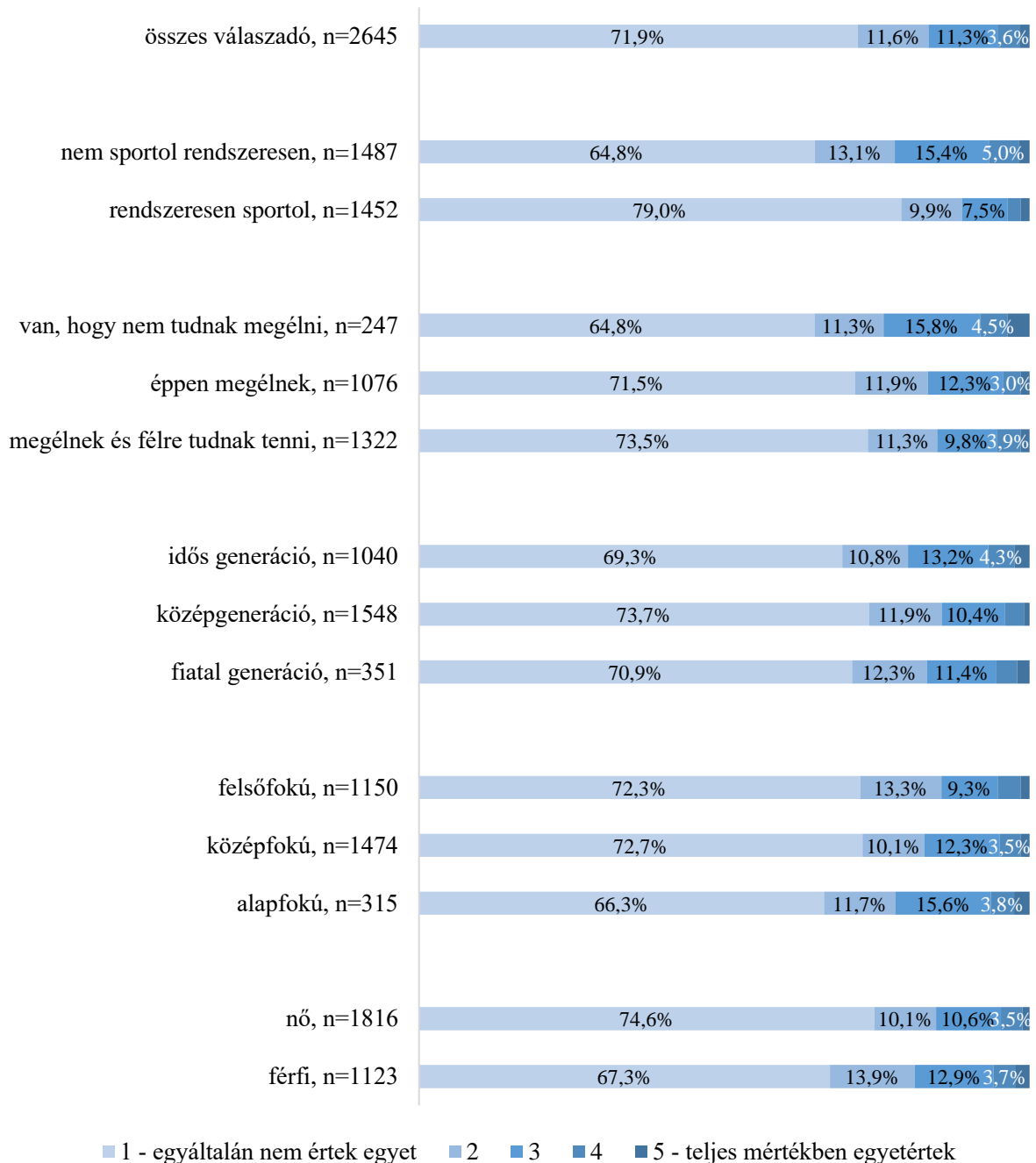
Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős reprezentatív megkérdezésünkben ugyanezen állítás kapcsán a sportolási rendszeresség mellett az anyagi helyzet, a generációk, a végzettség és a nemek szerint is sikerült

szignifikáns különbségeket feltárnunk (50. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor az 5. mellékletben található. A sportolási rendszeresség esetén hasonló eredményeket kaptunk, mint amit a reprezentatív mintánk esetén tapasztaltunk. Anyagi helyzet alapján azok, akik van, hogy nem tudnak megélni nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy a sportolás csak fiataloknak való, mint a náluk jobb anyagi helyzetben lévők. Generációk és végzettség szempontjából az idős generáció tagjai és az alapfokú végzettséggel rendelkezők értettek ezzel egyet a leginkább. Nemek szerint a férfiak egyetértési aránya volt nagyobb a nőkéénél.

50. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás csak fiataloknak való.”

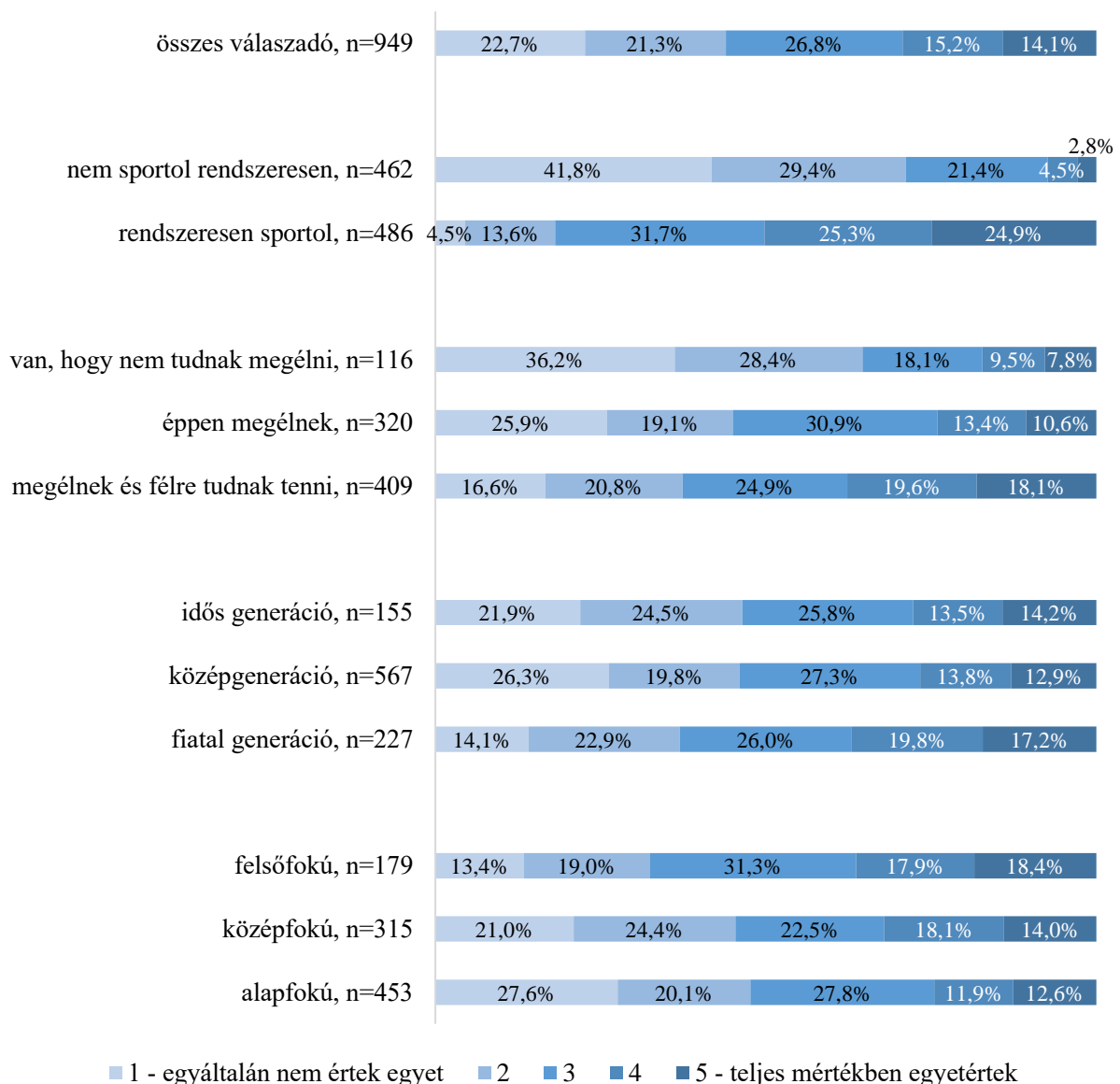


Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív mintánkban nem meglepő módon a rendszeresen sportolók nyilatkoztak úgy többen, hogy a sportolás életük része (51. ábra). Ami érdekes, hogy voltak olyan egyáltalán nem sportoló válaszadóink, akik szintén életük részének tartják a sportolást. Ez feltehetően a sportban a személyes vagy médián keresztül nézői részvételen keresztül realizálódik számukra. Anyagi helyzet és generációk szerint ezzel az állítással azok, akik megélnék és félre is tudnak tenni, illetve a fiatal generáció tagjai értettek egyet a legnagyobb arányban. Az is kiderült, hogy az alapfokú végzettségük számára kevésbé képezi az élet részét a sportolás, mint a felsőfokú végzettséggel rendelkezőknek.

51. ábra: Attitűdállítások – háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sportolás életem része.”



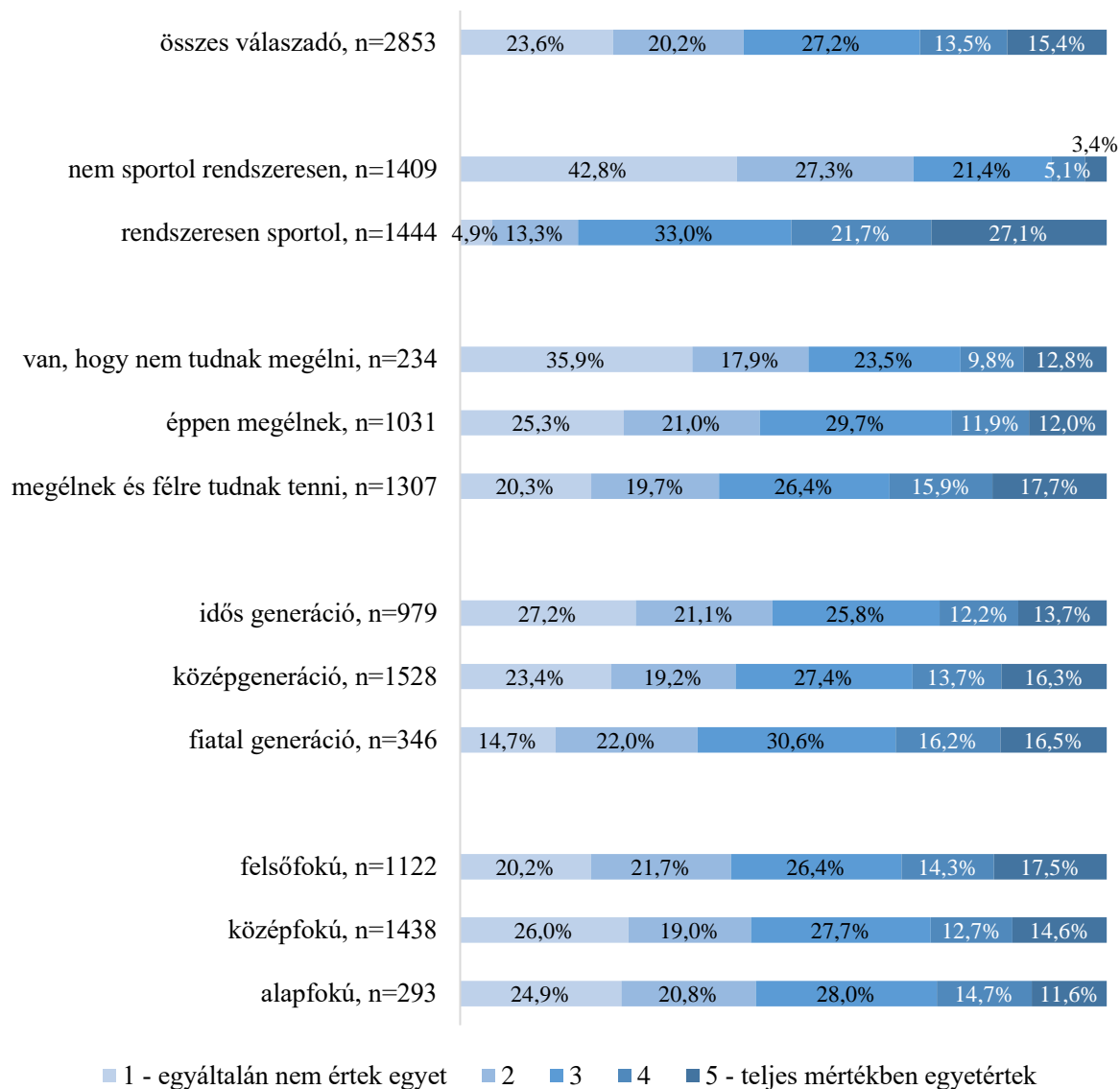
Forrás: Saját szerkesztés

„A sportolás életem része.” állításunk kapcsán a 3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünk eredményei nagyon hasonlóak reprezentatív megkérdezésünkéhez a sportolási rendszeresség, a generációk, az anyagi helyzet és a végzettség szerint is. A kevés olyan állításunk közé sorolható

ez, ahol pontosan ugyanazon demográfiai ismérvek szerint sikerült kimutatnunk szignifikáns különbségeket a két mintánkban. Az eredményeket az 52. ábra foglalja össze.

52. ábra: Attitűdállítások – háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sportolás életem része.”

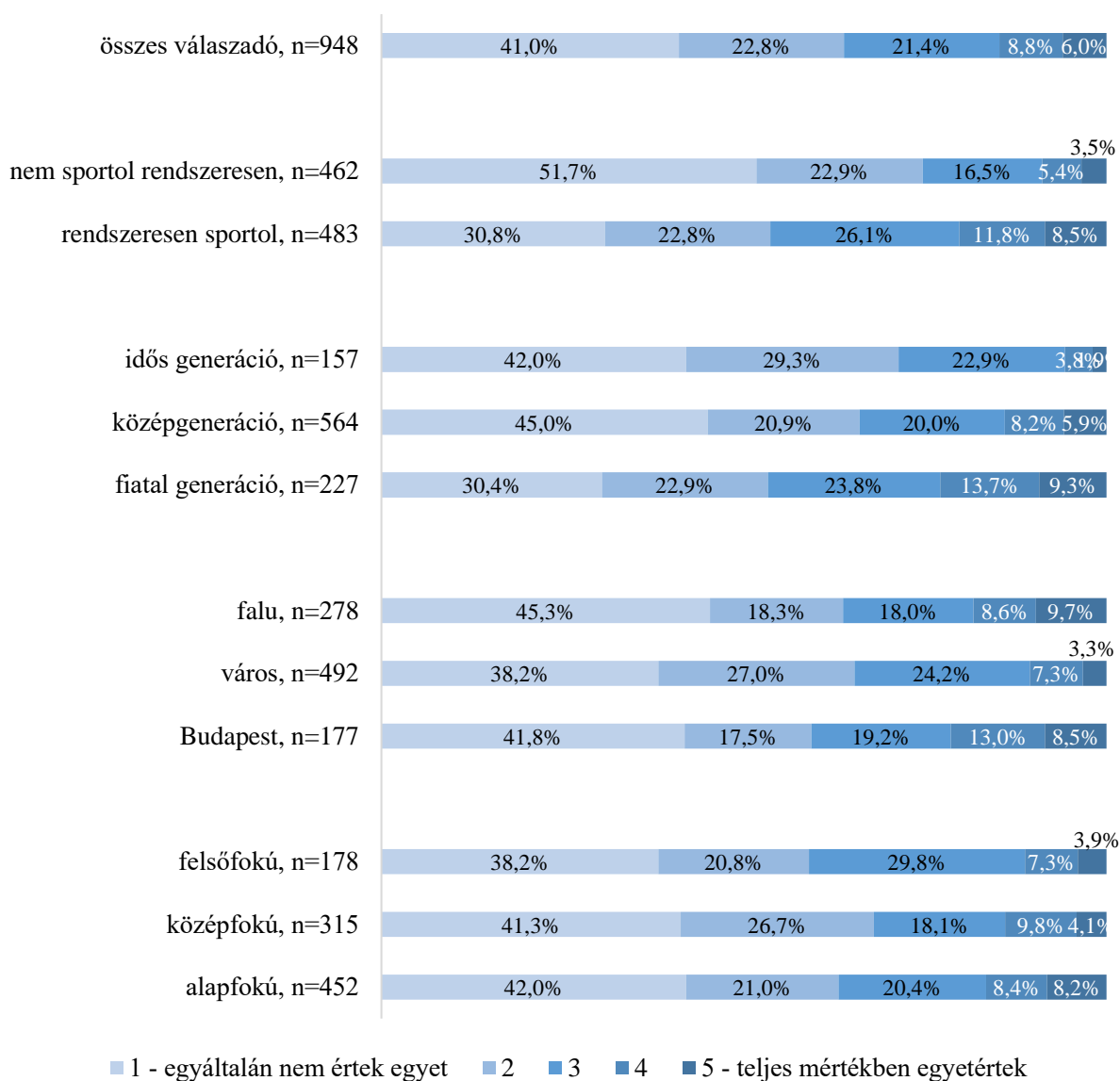


Forrás: Saját szerkesztés

Nem meglepő módon 1000 fős reprezentatív mintánk alapján a rendszeresen sportoló válaszadóink számára nagyobb arányban jelent a sportolás elvárását a környezetükben, mint akik nem sportolnak (53. ábra). Generációk szerint szintén várható eredményeket tapasztaltunk, az idős generáció számára sokkal kevésbé jelent elvárást a környezetükben a sport, mint a középgeneráció vagy a fiatal generáció számára. Településtípus esetén ezen állításunkkal a budapestiek és a falusiak értettek egyet a legmagasabb arányban, míg a városiak a legkevésbé. Végzettség szerint sikerült még szignifikáns különbségeket feltárni, ami alapján a végzettségi szint növekedésével egyre inkább jelent a sportolás elvárását a válaszadóink környezetében.

53. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás elvárás a környezetemben.”

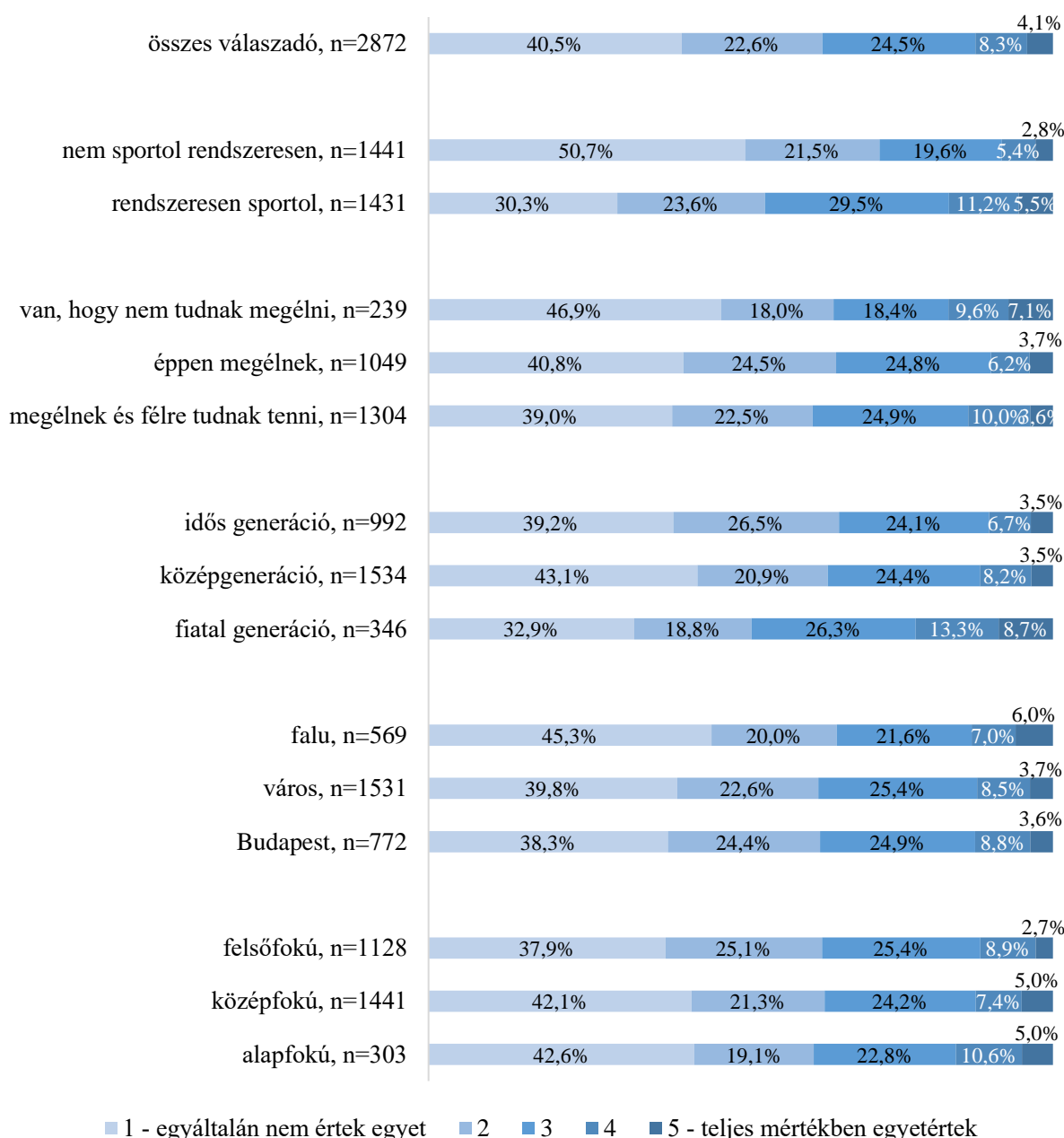


Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős nem reprezentatív mintánkban „A sportolás elvárás a környezetemben.” állításunk esetén reprezentatív mintánkhoz hasonló eredményeket tapasztaltunk a sportolási rendszeresség esetén, a generáció és a végzettség szerint. Szintén sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk a településtípus szempontjából is, azonban a budapestiek sokkal kisebb arányban értettek egyet azzal, hogy a sportolás elvárás a környezetükben, mint ahogy azt az 1000 fős mintánkban tapasztaltuk (54. ábra). Anyagi helyzet szerint szintén ki tudtunk mutatni eltéréseket, ami alapján a legjobb és a legrosszabb anyagi helyzetűek számára elvárás a környezetükben a sportolás. A két végpont közötti anyagi helyzetben lévők azok, akik éppen megélnék, értettek egyet a legkisebb mértékben.

54. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás elvárás a környezetemben.”



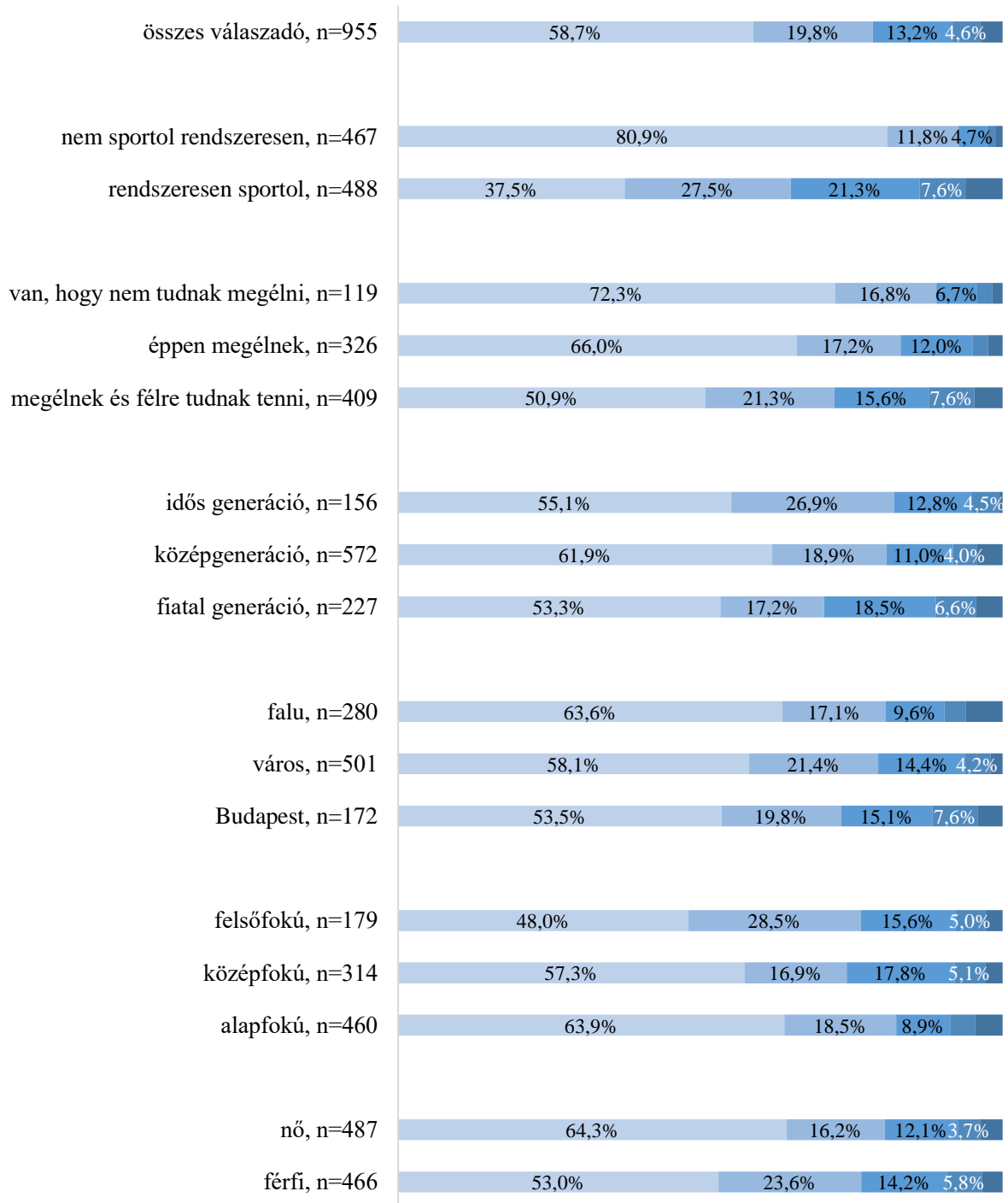
Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünk alapján összességében kevésbé jellemző a magyarokra, hogy saját bevallásuk szerint sokat költenének sportolásra. Az egyes demográfiai csoportok azonban különbségeket mutatnak ebből a szempontból, mivel mind a hat vizsgált változónk esetén sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk (55. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 6. mellékletben található. A rendszeresen sportoló válaszadóink nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy sokat költenek sportolásra, mint akik nem sportolnak, ami várható eredménynek tekinthető. Hasonló módon nem meglepő eredmény az, hogy a jobb anyagi helyzetű csoportok többet költenek sportolásra, mint akik esetében van, hogy nem tudnak megélni jövedelmükből. Generációk és településtípus szerint a fiatal generáció tagjai és a budapestiek értettek egyet legnagyobb mértékben ezen állításunkkal, míg nemek és végzettség szerint a férfiak és az

alapfokú végzettséggel rendelkezők. Igaz, válaszaik megoszlottak, mert az alapfokú végzettségűek között a legnagyobb azok aránya is, akik 1-es értéket jelöltek, vagyis egyáltalán nem költenek sokat sportolásra.

55. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költek sportolásra.”

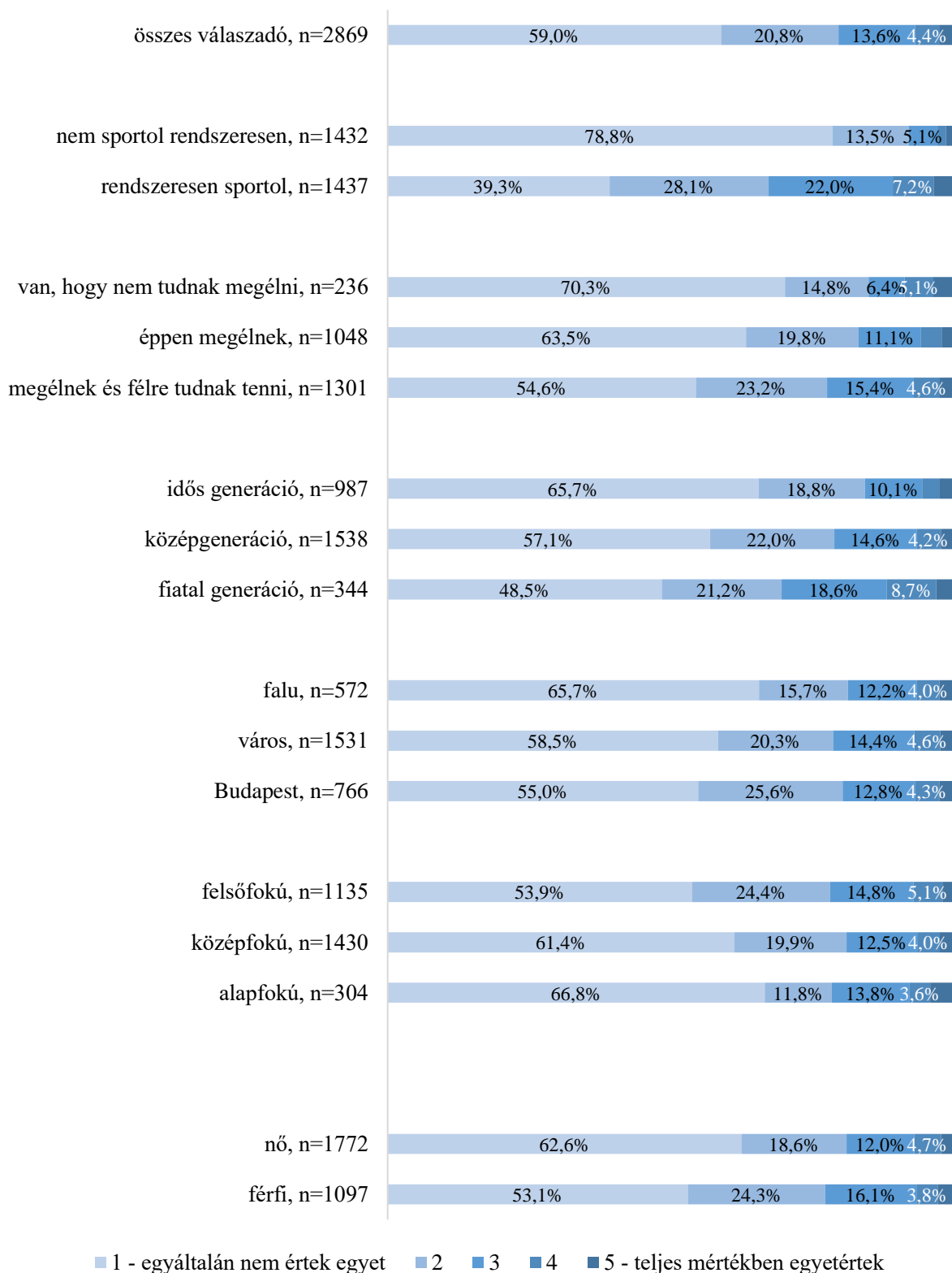


■ 1 - egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - teljes mértékben egyetértek

Forrás: Saját szerkesztés

56. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sportolásra.”



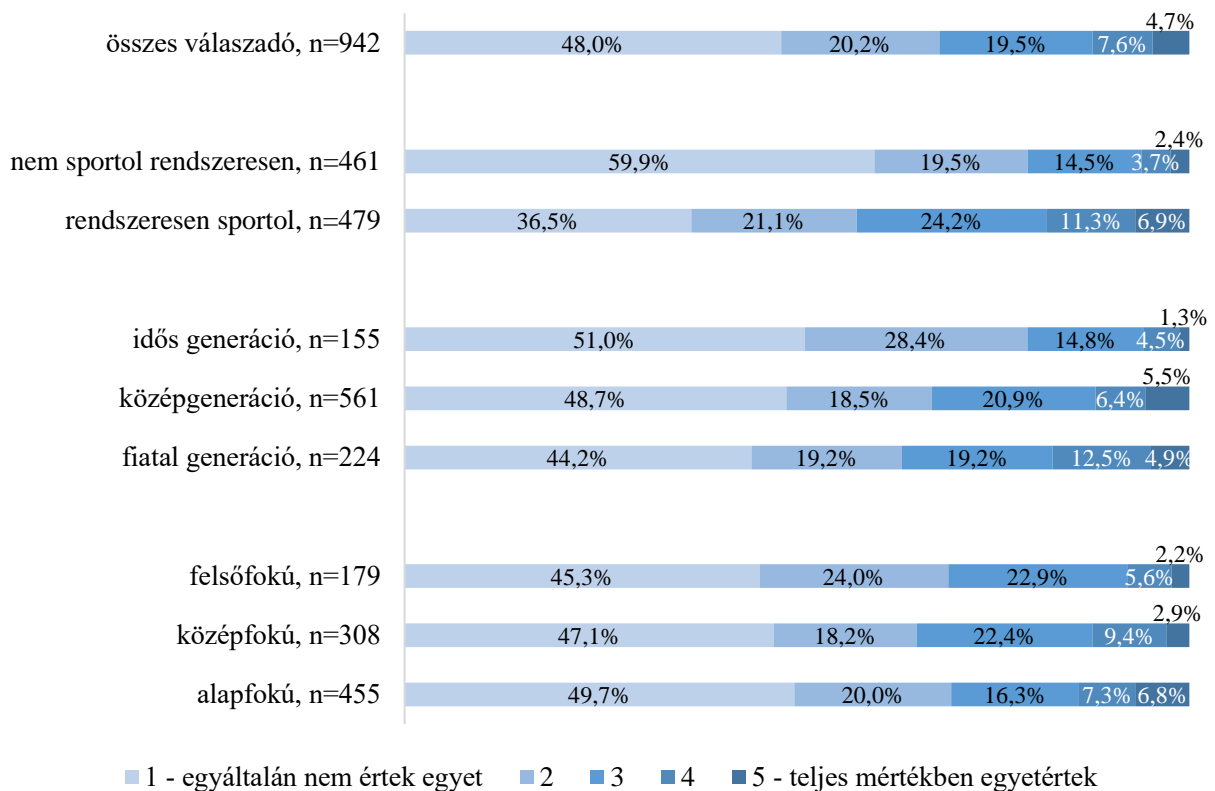
Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban a „Sokat költök sportolásra.” állításunk esetén szintén sikerült mind a hat demográfiai ismerv szerint különbségeket feltárnunk (56. ábra). A

kapcsolódó teljes adatsor a 7. mellékletben található. A sportolási rendszeresség és a generációk szempontjából eredményeink nagyon hasonlóak a reprezentatív megkérdezésben tapasztaltakhoz. Anyagi helyzet alapján látszólag ellentmondó eredményeket kaptunk, mivel ezen mintánkban azok értettek egyet a legnagyobb mértékben azzal, hogy sokat költenek sportolásra, akik a legrosszabb anyagi helyzetben vannak. Azért csak látszólag ellentmondó az eredmény, mert ez következhet abból, hogy a csoport tagjai számára akár csekély összegek is jelentősnek tűnhetnek, ha sportolásra költik, mivel jövedelmük alacsony, bár magyarázat lehet a megfelelési igény is. Településtípus, nemek és végzettség szerint a két minta közötti különbség fő forrását az jelentette, hogy az egyes ismérvek alapján kialakuló csoportok nagyjából azonos mértékben értettek egyet a „Sokat költök sportolásra.” állítással nem reprezentatív mintánkban. A csoportok közötti különbségek inkább a Likert-skála másik oldalán jelentkeztek az 1-es és 2-es értékek jelölése esetén, ahol az eredmények már hasonlóan tekinthetők reprezentatív mintánkhoz.

57. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl.”



Forrás: Saját szerkesztés

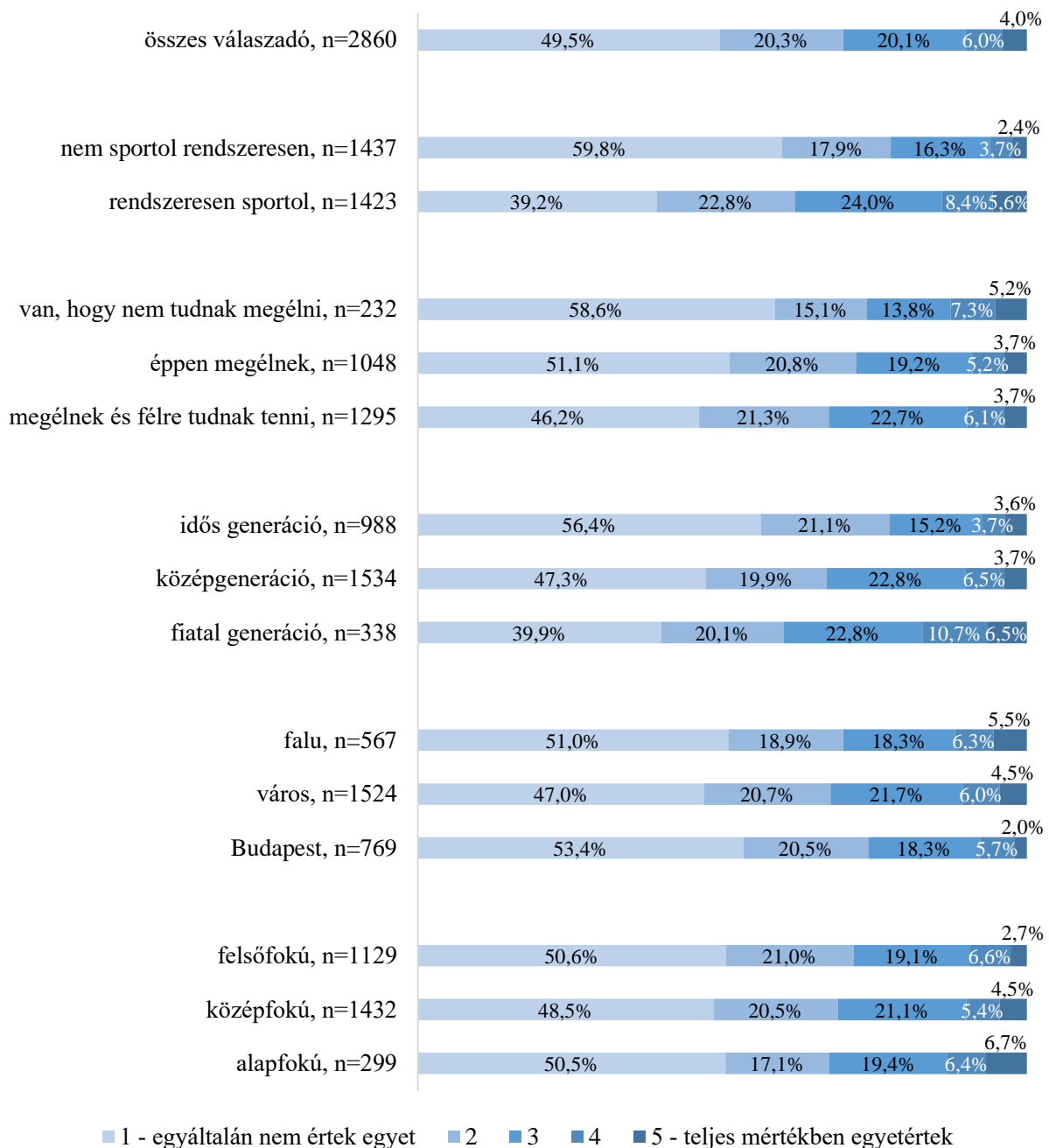
A „Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl” állításunkkal reprezentatív mintánkban nagyobb arányban értettek egyet a rendszeresen sportolók és a fiatal generáció tagjai, mint a nem sportolók és fiatal generációnál idősebbek (57. ábra). Végzettség szerint a legnagyobb egyetértést az alapfokú végzettséggel rendelkezők esetén tapasztaltuk, amely egyetértés mértéke a végzettségi szint emelkedésével csökken.

3000 fős nem reprezentatív mintánkban a „Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl” állításunk kapcsán a sportolási rendszeresség, a generációk és a végzettség mellett az anyagi helyzet és a településtípus szerint is sikerült szignifikáns eltéréseket feltárnunk. Eszerint

a falusiak nagyobb arányban értettek egyet ezzel, mint a városiak és a fővárosiak. Anyagi helyzet alapján a rossz anyagi körülmények között élők esetén tapasztaltunk a legnagyobb egyetértési arányt, de ők jelölték legnagyobb arányban skálánk másik oldalán az 1-es és 2-es értékeket is.

58. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl.”



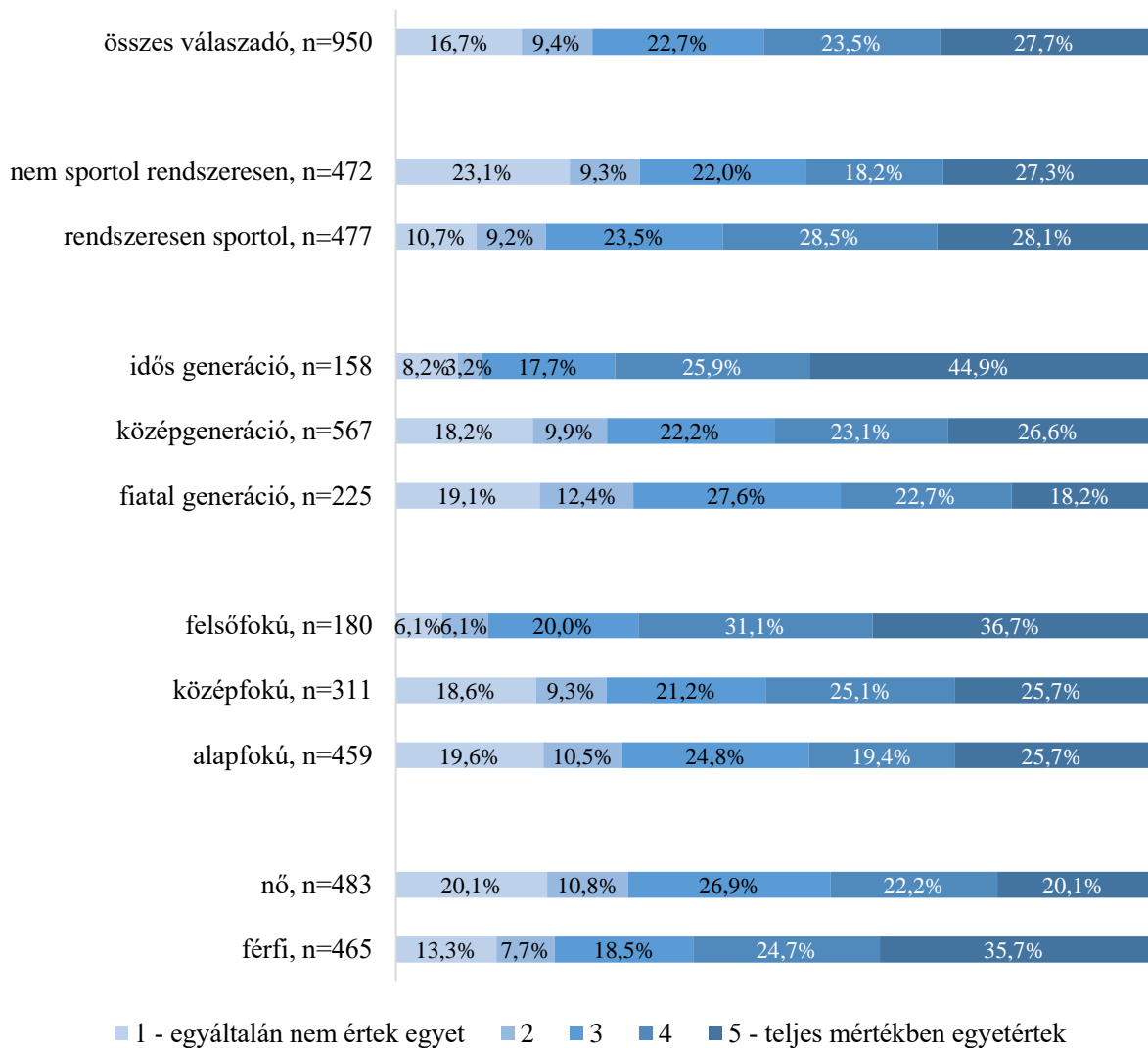
Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünk során állításunkkal miszerint „A versenysport a szórakoztatóipar része” nagyobb arányban értettek egyet azok, akik rendszeresen sportolnak,

mint akik nem (59. ábra). Generációk és nemek szerint az idős generáció tagjai és a férfiak között magasabb az egyetértési arány, míg végzettségi szint alapján a felsőfokú végzettséggel rendelkezők között.

59. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A versenysport a szórakoztatóipar része.”

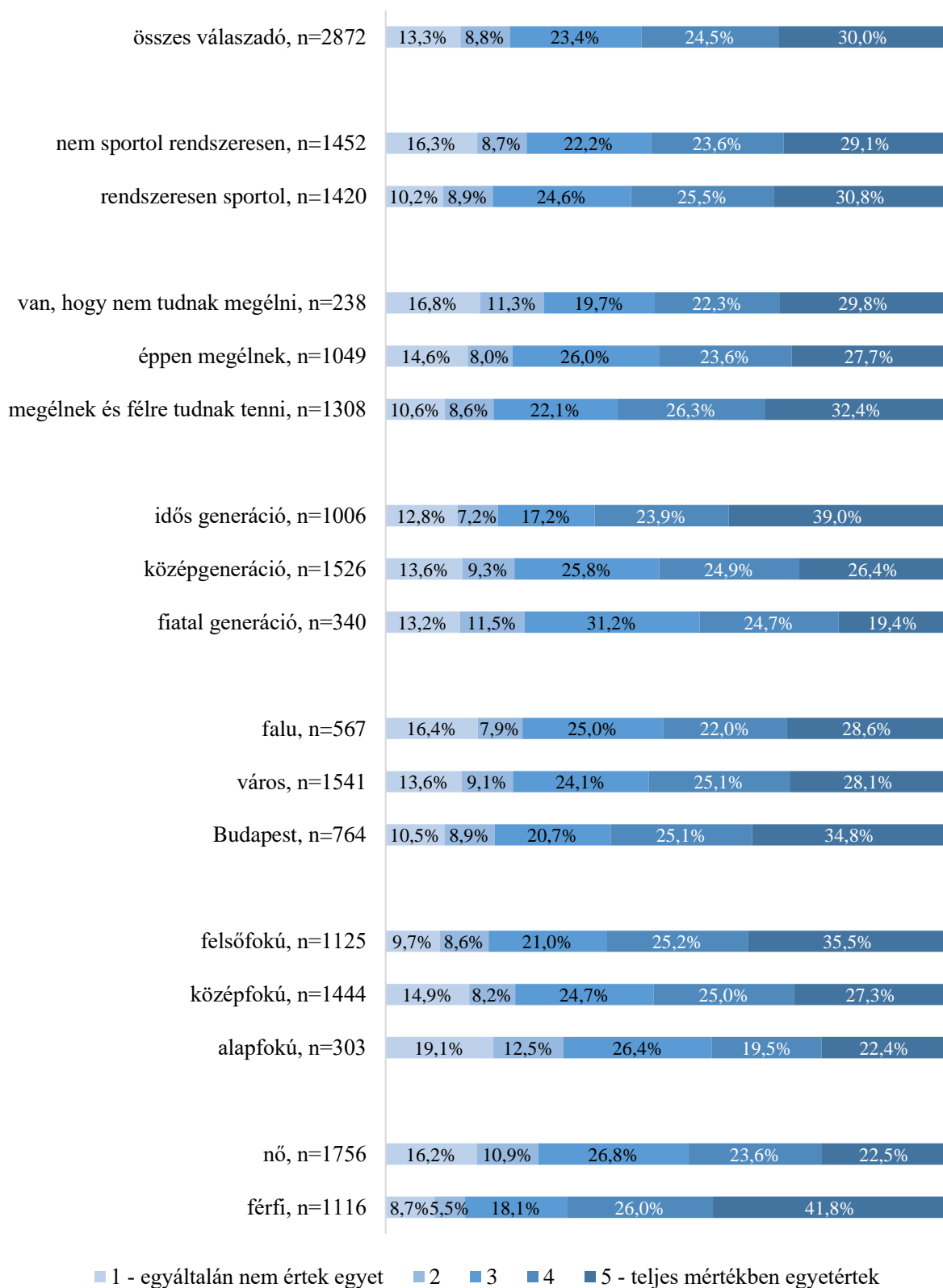


Forrás: Saját szerkesztés

„A versenysport a szórakoztatóipar része” állításunk esetén a nem reprezentatív mintánkban a reprezentatív mintánkhoz hasonló eredményeket tapasztaltunk a sportolási rendszeresség, a generációk, a végzettség és a nemek szerint is (60. ábra). Különbséget jelent azonban, hogy sikerült szignifikáns különbségeket feltárni az anyagi helyzet és a településtípus szempontjából is. Azok, akik megélik és félre is tudnak tenni, nagyobb arányban gondolják, hogy a versenysport a szórakoztatóipar része, mint a náluk rosszabb anyagi körülmények között élők. Településtípus szerint a fővárosiak jobban egyetértettek ezzel, mint akik városban vagy falun élnek.

60. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A versenysport a szórakoztatóipar része.”

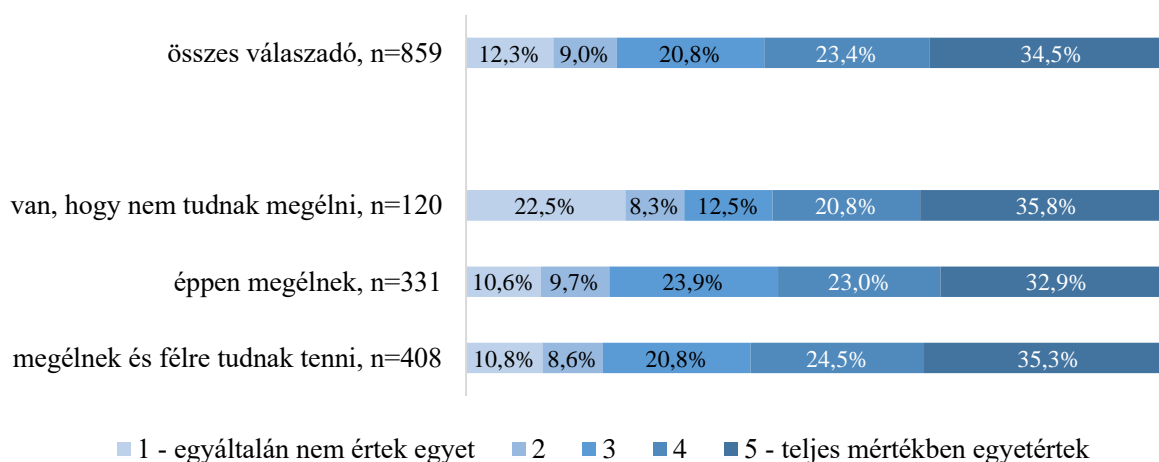


Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív mintánkban az „Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc” állításunkkal való egyetértés szempontjából csak a jövedelmi helyzet szerint sikerült szignifikáns eltéréseket kimutatnunk (61. ábra). Ez alapján a legrosszabb anyagi helyzetben lévő csoport jóval nagyobb arányban jelölte skálánk 1-es egyáltalán nem ért egyet lehetőségét és jóval kisebb mértékben a 3-as semleges értékét, mint a másik két vizsgált csoport. Feltehetően itt a rossz anyagi helyzetű csoporton belül is a legrosszabb anyagi helyzetben lévők miatt alakult ki ez a különbség, akik számára a reklámokban sokkal inkább a kedvező ár jelentheti a fókuszot, mint a reklámok szereplői.

61. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc.”

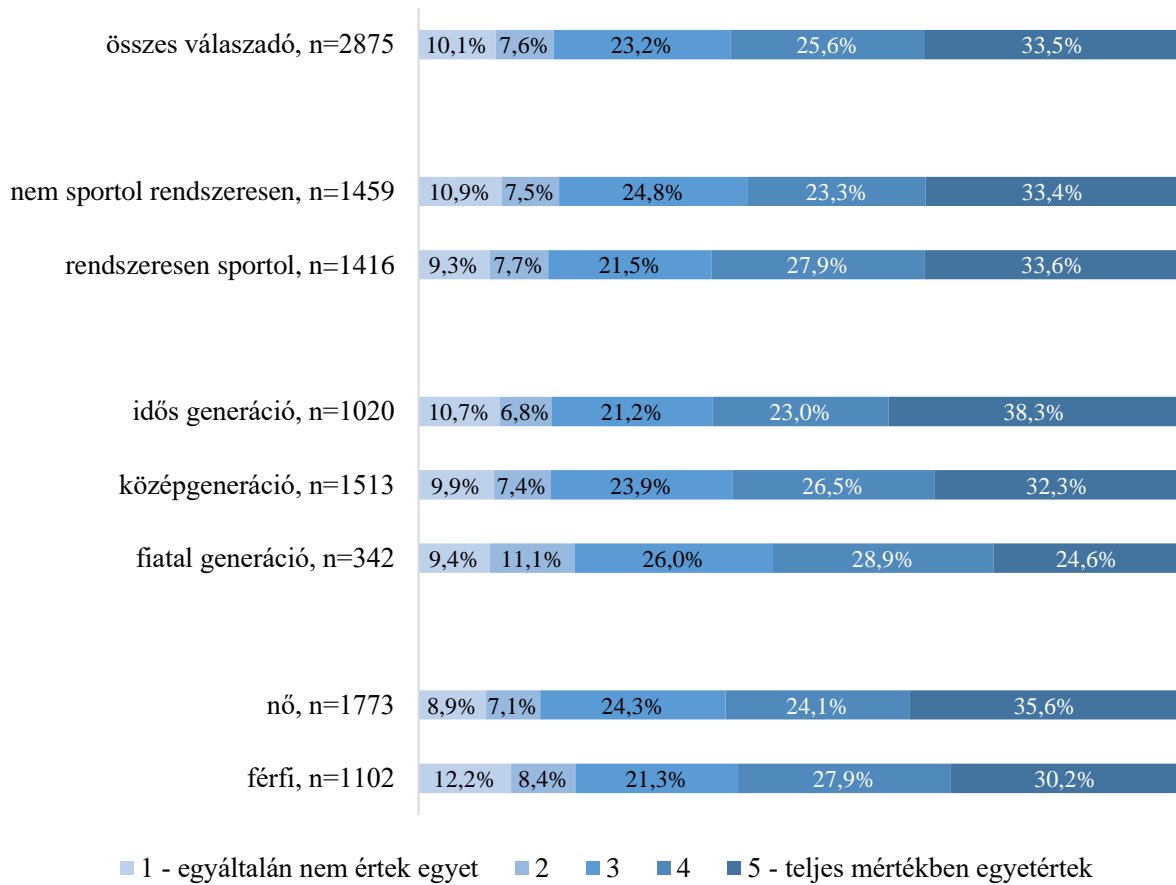


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban az „Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc” állítás esetén a demográfiai csoportok szerinti eredményeink teljesen különböznek a reprezentatív mintában tapasztaltaktól. Ebben az esetben nem sikerült szignifikáns különbségeket kimutatni a jövedelmi helyzet szerint, de sikerült ugyanezt megtennünk a sportolási rendszeresség, a generációk és a nemek esetén (62. ábra). Eredményeink alapján a rendszeresen sportoló válaszadóink nagyobb arányban gondolják úgy, hogy egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc lehet, mint akik nem sportolnak. Generációk szerint az idős generáció tagjai értettek egyet ezzel a legmagasabb arányban, míg nemek szerint a férfiak.

62. ábra: Attitűdállítások – háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc.”

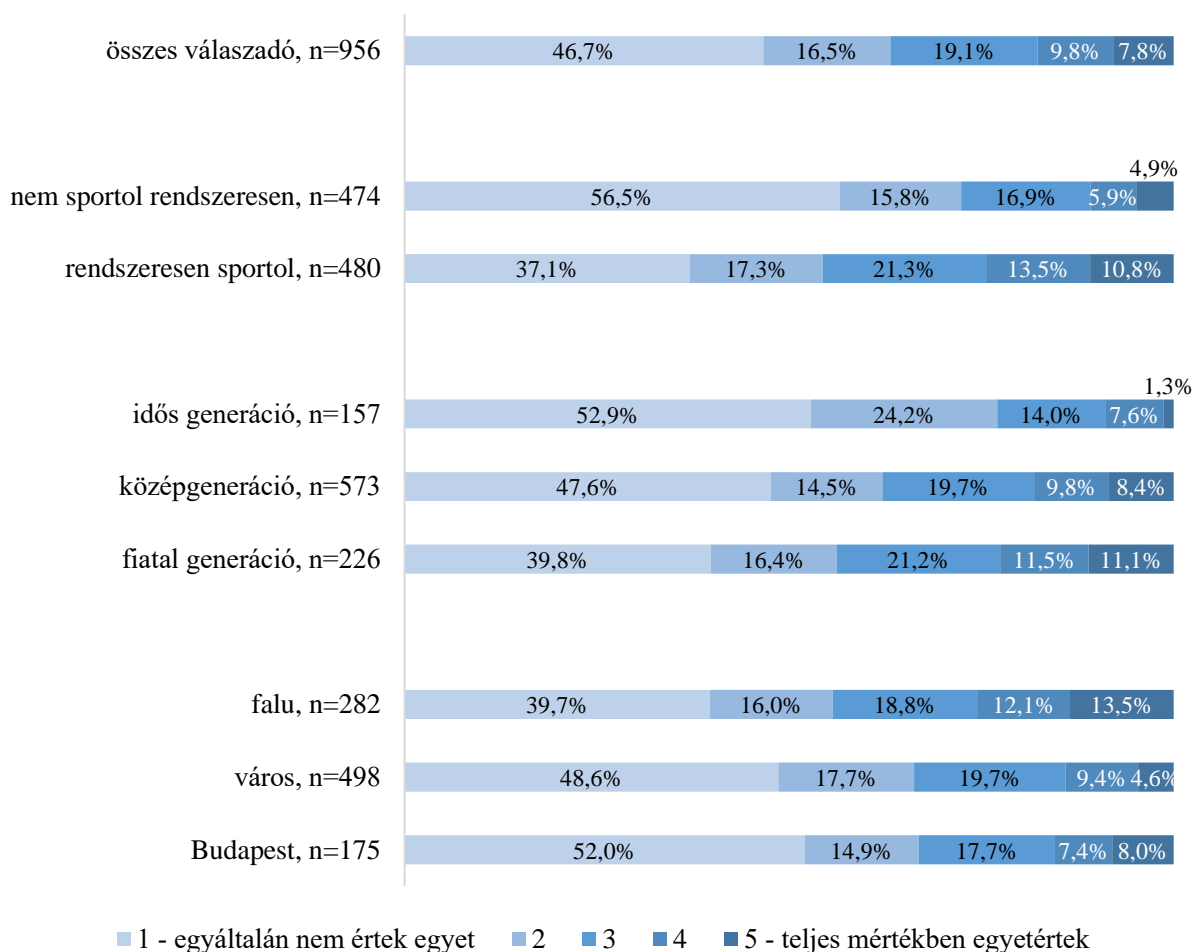


Forrás: Saját szerkesztés

Az 1000 fős reprezentatív megkérdezésünkből kiderült, hogy a rendszeresen sportolók szívesebben vesznek kedvenc sportolójukhoz, csapatukhoz kapcsolódó tárgyakat, mint akik nem sportolnak (63. ábra). Érdekes módon a falusiakra is jellemzőbb ez, mint a városiakra és a fővárosiakra. Generációk szerint pedig a fiatal generáció tagjai értettek egyet nagyobb mértékben azzal, hogy örömmel vesznek kedvenc sportolójukhoz, csapatukhoz kapcsolódó tárgyakat.

63. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat.”

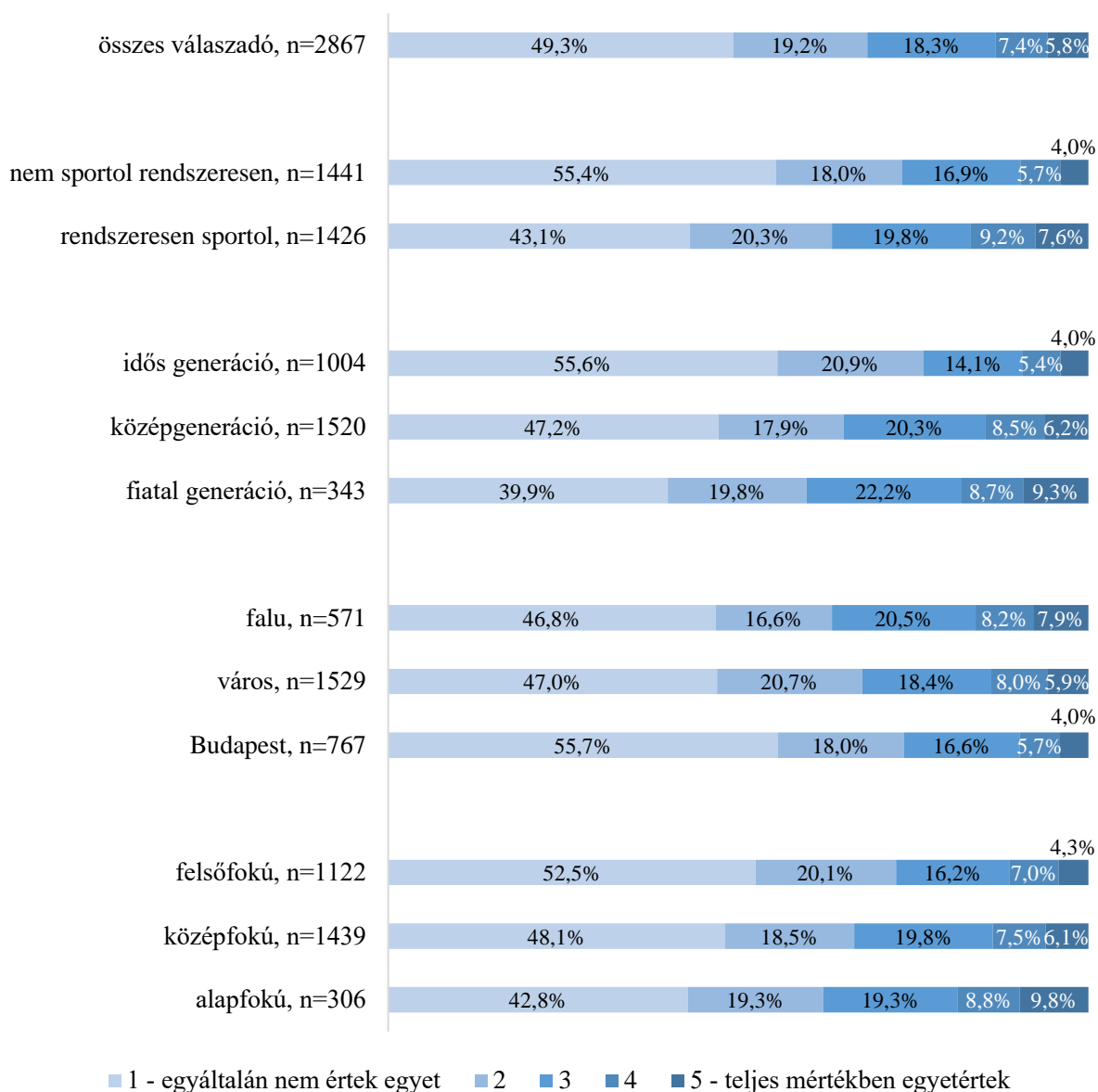


Forrás: Saját szerkesztés

„Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat” állításunk esetén hasonló eredményeket tapasztaltunk két mintánk között a sportolási rendszerességet, a településtípust és a generációkat vizsgálva is. A 3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünkben ezen felül sikerült még szignifikáns különbségeket feltárni a végzettség alapján is (64.ábra). Az alacsony végzettségűek nagyobb arányban értettek egyet ezzel, mint a középfokú vagy felsőfokú végzettséggel rendelkezők.

64. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat.”

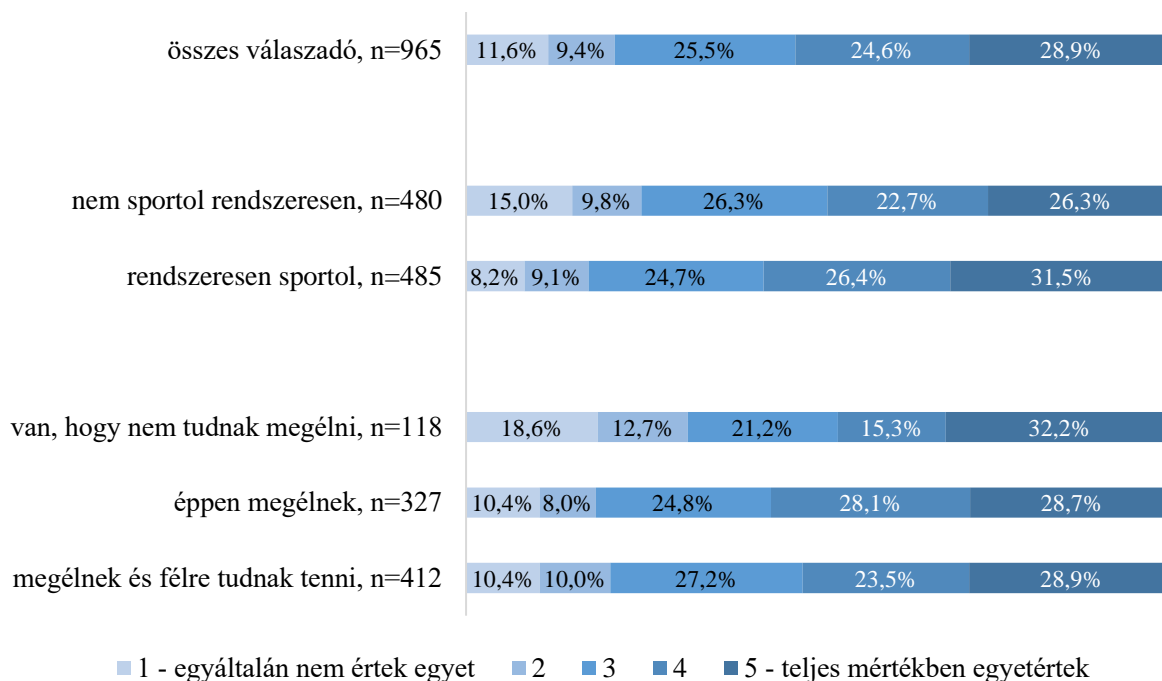


Forrás: Saját szerkesztés

Az 1000 fős reprezentatív mintánkban azzal, hogy egy sportoló igazi példakép a rendszeresen sportolók nagyobb arányban értettek egyet, mint azok, akik nem sportolnak (65. ábra). Anyagi helyzet alapján szintén nagyobb arányban értettek ezzel egyet azok, akik megélnek és félre is tudnak tenni, és azok is, akik éppen megélnek, mint azok, akik van, hogy nem tudnak megélni.

65. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Egy sportoló igazi példakép.”

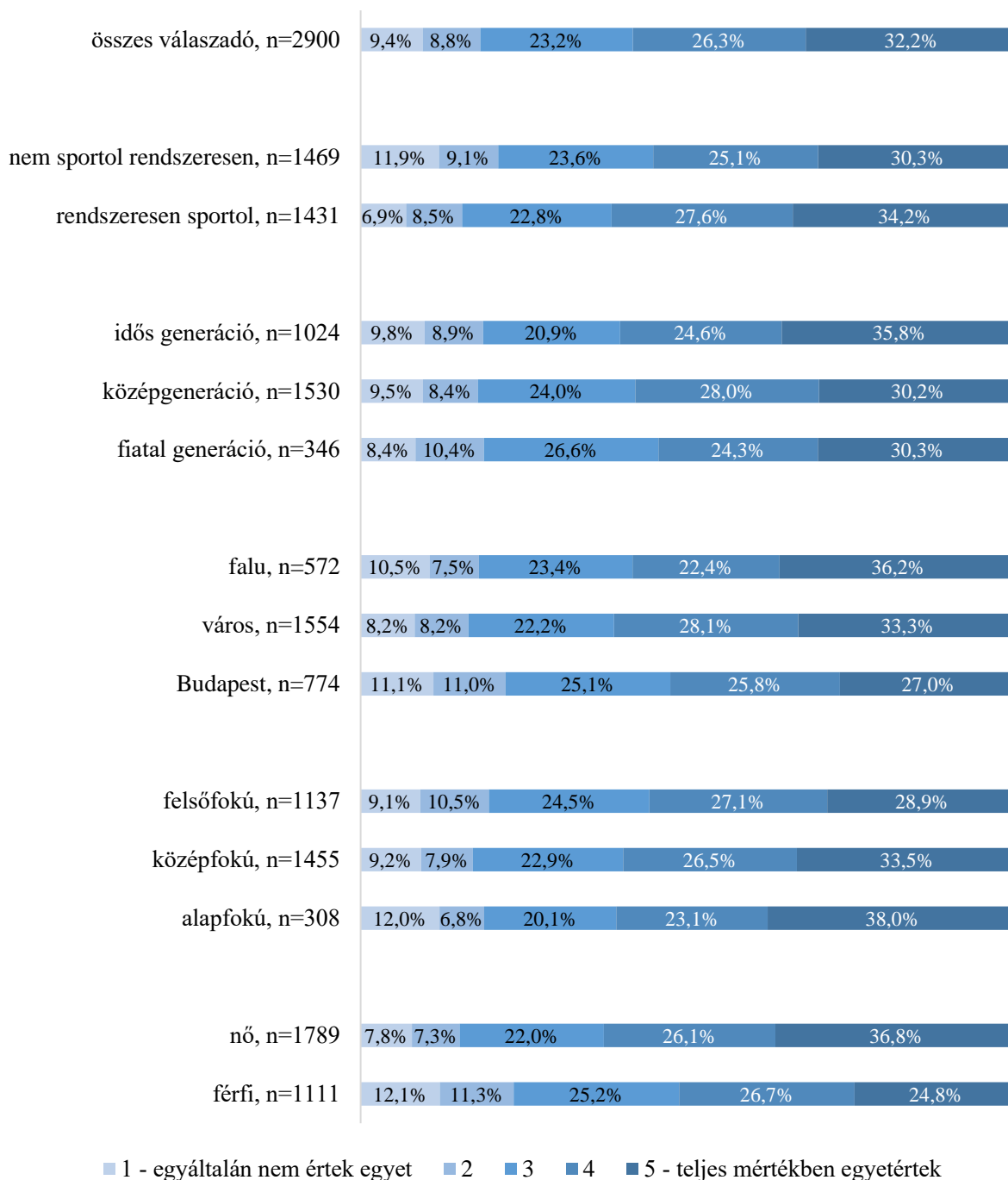


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős mintánkban az „Egy sportoló igazi példakép” állításunk esetén nem tudtunk a reprezentatív mintában tapasztalható módon a jövedelmi helyzet szerint szignifikáns különbségeket kimutatni. Sikertelenül azonban eltéréseket azonosítottunk a sportolási rendszeresség, a generációk, a településtípus, a végzettség és a nemek szerint is (66. ábra). Kiderült, hogy az idős generáció tagjai nagyobb arányban gondolják úgy, hogy egy sportoló igazi példakép, mint a náluk fiatalabbak. Végzettség és nemek szerint az alapfokú végzettségűek és nők egyetértési aránya volt a magasabb. Településtípus esetén csak az 5-ös értékeket figyelembe véve a teljes egyetértés arányát vizsgálva, a falusiak gondolják úgy leginkább, hogy egy sportoló igazi példakép. A 4-es és 5-ös értékeket összevonva azonban a városiak körében a legmagasabb az egyetértés aránya. A budapestiek ehhez képest mindkét esetben jócskán elmaradnak.

66. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Egy sportoló igazi példakép.”

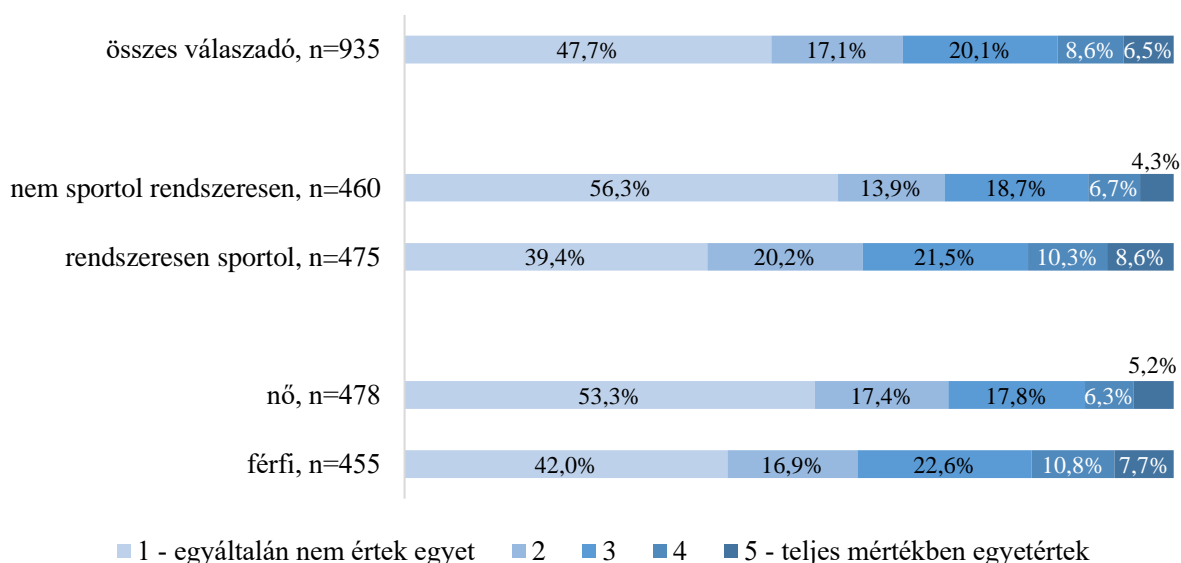


Forrás: Saját szerkesztés

A 67. ábrán látható, hogy reprezentatív mintánkban a rendszeresen sportolók nagyobb arányban szeretik az online sportélményeket is, mint azok, akik nem sportolnak rendszeresen. Ez következhet abból, hogy a sportolásban való aktív részvétel és ezáltal az alapvető sport iránti érdeklődés megeremti az igényt az online sportélmények iránt is. A nemek vizsgálva a férfiak értékelték egyet nagyobb arányban azzal, hogy az online sportélményeket szeretik, mint a nők.

67. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Én az online sportélményeket szeretem.”



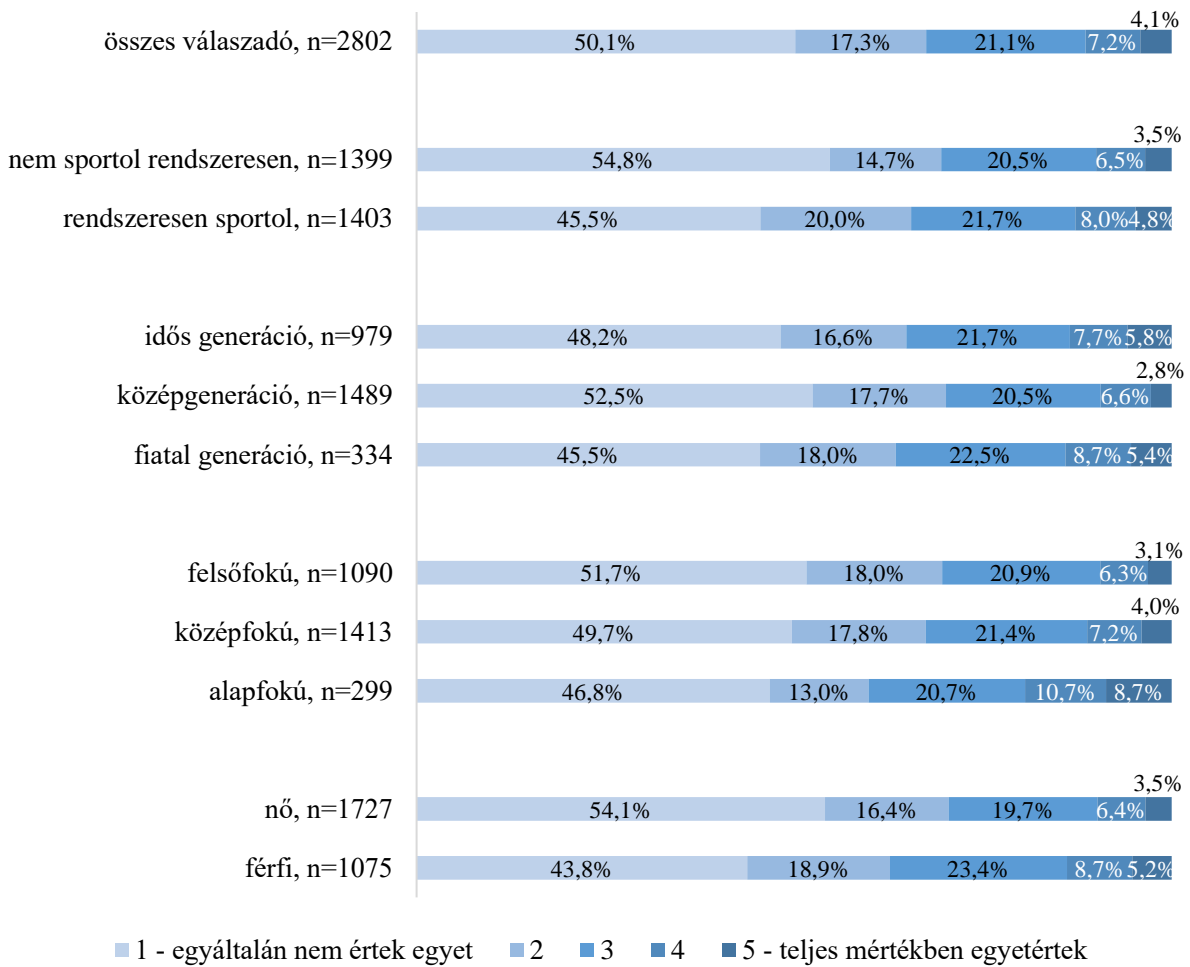
Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezen állítást a 3000 fős nem reprezentatív mintánkon vizsgálva a sportolási rendszeresség és a nemek mellett a generációk és a végzettség szempontjából is sikerült szignifikáns különbségeket feltárni (68. ábra). Generációk szerint érdekes módon a fiatal generáció mellett az idős generáció értett egyet magasabb arányban az „Én az online sportélményeket szeretem” állításunkkal, mint a középgeneráció. Végzettség szerint az alapfokú végzettségűek szeretik a leginkább az online sportélményeket, ami következhet megfelelési vágyból is.

Az online sportélményekkel kapcsolatos attitűdöket 1000 fős mintánkon tovább vizsgálva kiderült, hogy a rendszeresen sportoló magyarok között magasabb arányban vannak azok, akik csakis online követik a sporteseményeket (69. ábra). Ez ismét következhet abból, hogy a rendszeres sportolás miatt alapvetően nagyobb a sport iránti érdeklődése ezen csoport tagjainak. Emiatt általánosságban jobban követhetik a sporteseményeket, mint akik nem sportolnak rendszeresen, így azok aránya is magasabbá válik közülük, akik csakis online teszik ezt. Nemek szerint a férfiak értettek nagyobb arányban ezzel egyet, mint a nők.

68. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

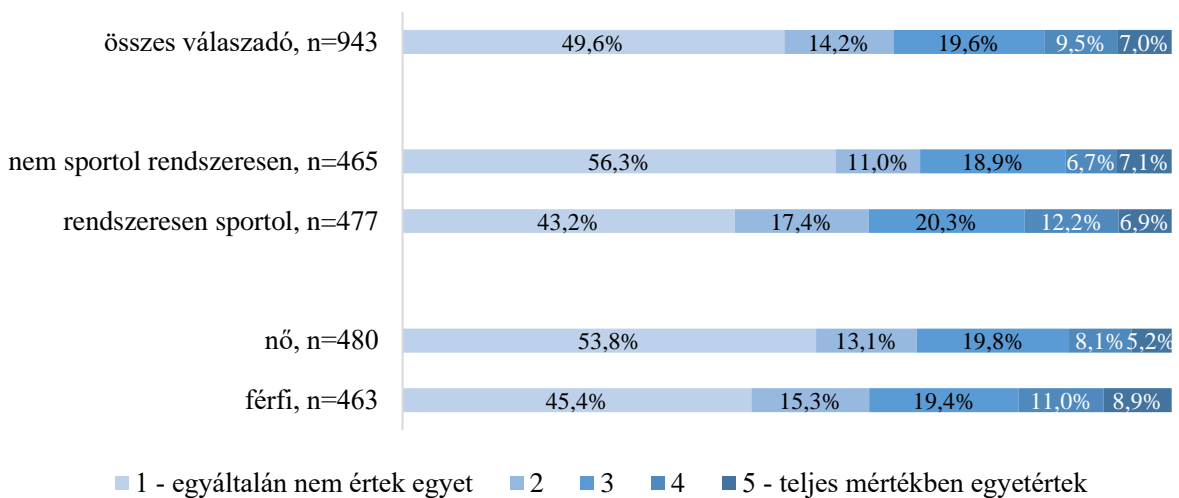
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Én az online sportélményeket szeretem.”



Forrás: Saját szerkesztés

69. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Csakis online követem a sporteseményeket.”

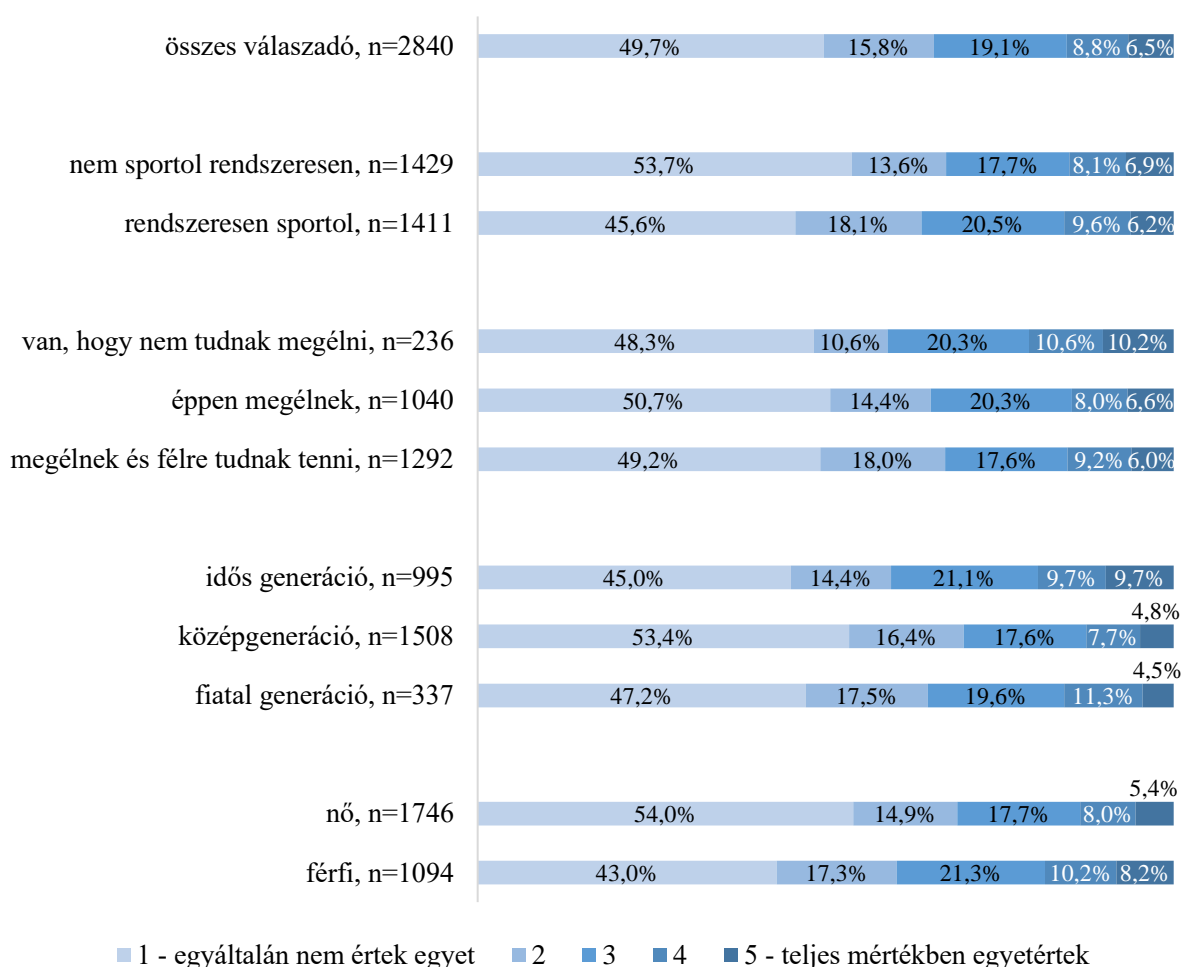


Forrás: Saját szerkesztés

Nem reprezentatív mintákon vizsgálva a „Csakis online követem a sporteseményeket” állításunkat a sportolási rendszeresség és a nemek mellett a generációk és a jövedelmi helyzet szempontjából is sikerült szignifikáns különbségeket feltárni (70. ábra). Azok, akik van, hogy nem tudnak megélni, nagyobb arányban követik csakis online a sporteseményeket, mint akik ennél jobb anyagi helyzetben élnek. Ez érthető, hiszen a sporteseményeket élőben megtekinteni sok esetben igen költséges lehet, így a csoport tagjainak szerényebb helyzetük miatt erre sokkal kevésbé van lehetősége. Helyette számukra előtérbe kerül az események online figyelemmel kísérhetősége. Generációk szempontjából a fiatal generáció mellett az idős generáció értett egyet magasabb arányban a „Csakis online követem a sporteseményeket” állításunkkal, mint a középgeneráció.

70. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Csakis online követem a sporteseményeket.”



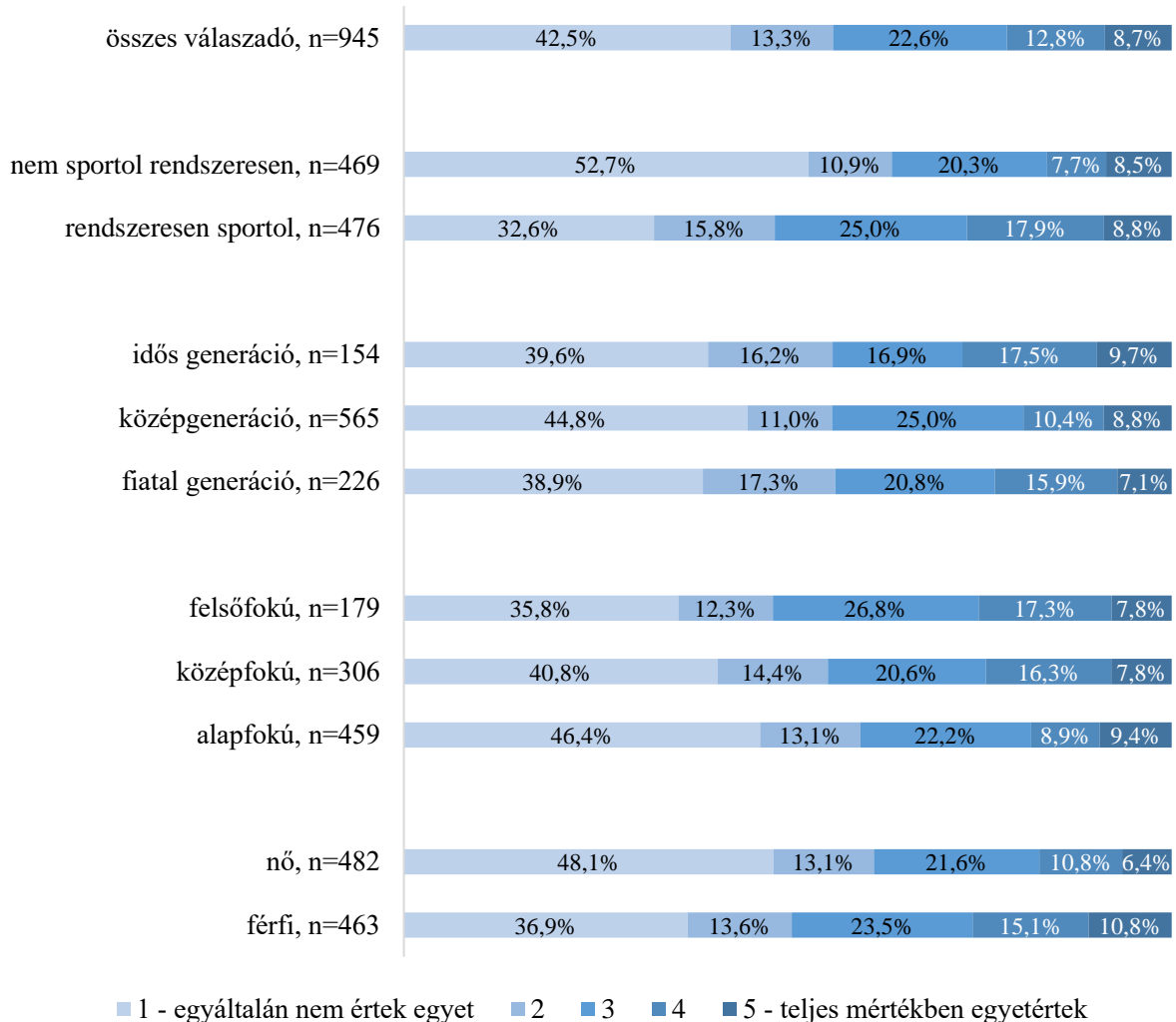
Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív mintánkból kiderült, hogy a rendszeresen sportolók nagyobb arányban követik a sporthíreket online, mint akik nem sportolnak rendszeresen (71. ábra). Ez hasonló okokra vezethető vissza, mint amit a fenti két online sportfogyasztással kapcsolatos kérdésünk esetén fejtettünk ki. Generációk szerint leginkább az idős és a fiatal generáció tagjaira jellemző a sporthírek online követése, a középgeneráció tagjaira kevésbé. Végzettség szempontjából, ha az állításunkkal való teljes egyetértést vizsgáljuk, akkor az alapfokú végzettségűek értettek egyet a legnagyobb arányban. Ha azonban aggregáljuk a skálánk egyetértés oldalán található 4-

es és 5-ös értéket akkor a felsőfokú végzettséggel rendelkezők esetén tapasztalható a legmagasabb egyetértési arány. Nemek szerint a férfiak követik inkább a sporthíreket online.

71. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Online követem a sporthíreket.”

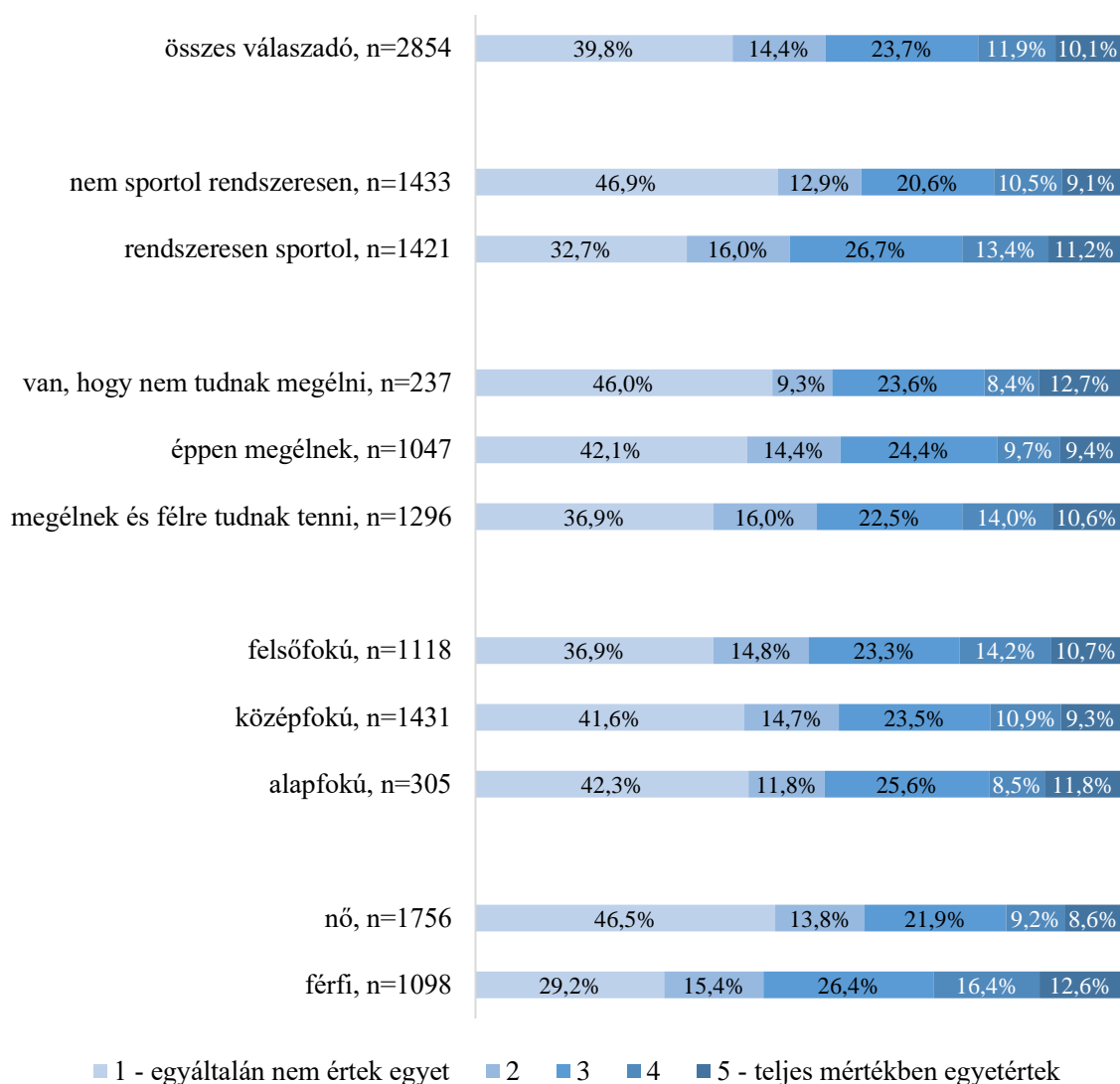


Forrás: Saját szerkesztés

A 72. ábra alapján nem reprezentatív megkérdezésünkben az „Online követem a sporthíreket” állításunkat elemezve nagyon hasonló eredményekre jutottunk a sportolási rendszeresség, a végzettség és a nemek esetén, mint amit a reprezentatív mintánkban tapasztaltunk. Különbséget jelent azonban az, hogy generációk szerint nem, viszont anyagi helyzet szerint sikerült szignifikáns különbségeket feltárnunk. Válaszadóink közül azok, akik éppen megélnek, azok követik az online sporthíreket a legkevésbé. Ez a náluk jobb és rosszabb anyagi helyzetben lévőkre is nagyobb arányban jellemző.

72. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Online követem a sporthíreket.”

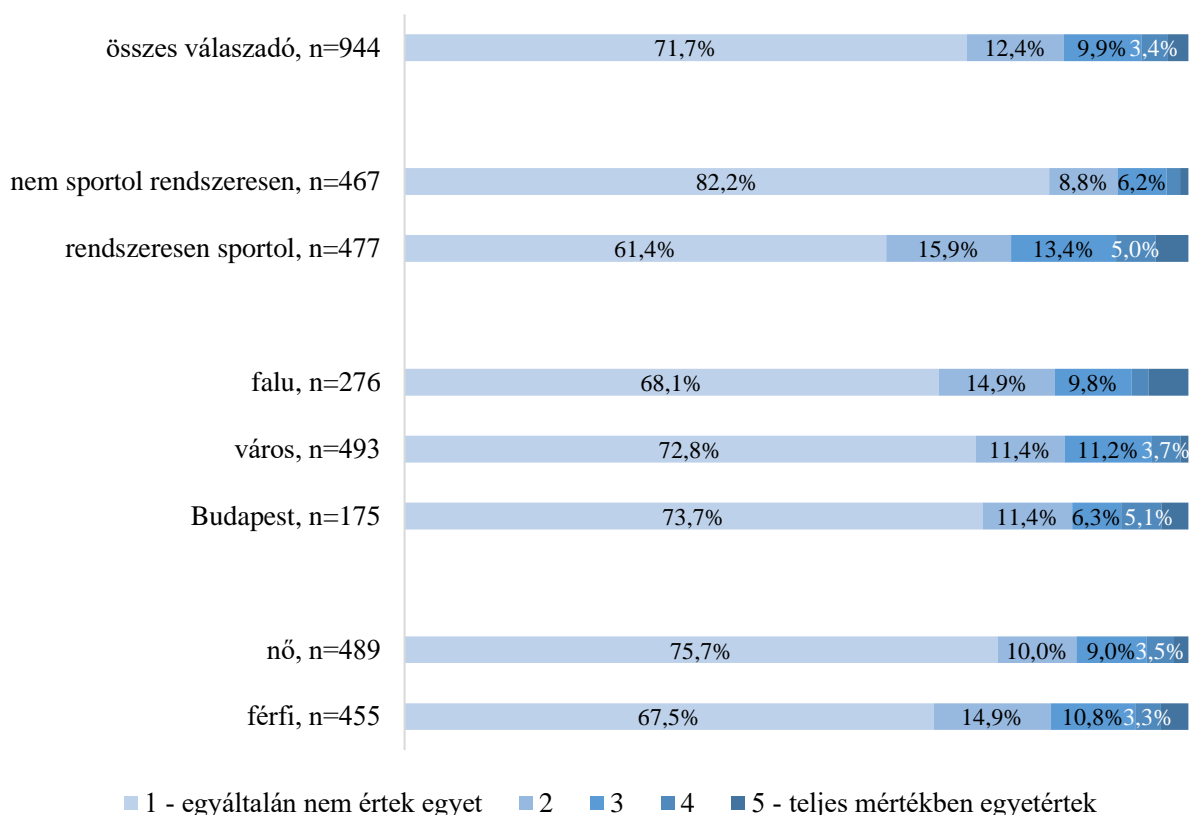


Forrás: Saját szerkesztés

A „Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el” állításunkat reprezentatív mintákon vizsgálva a sportolási rendszeresség, a településtípus és a nemek szempontjából sikerült szignifikáns eltéréseket azonosítanunk (73. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 8. mellékletben található. Ez alapján a rendszeresen sportolók és a férfiak nagyobb arányban költenek sokat sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érhetnek el. Településtípus szerint a városiak értettek egyet ezzel a legkevésbé, náluk a falusiak és a fővárosiak egyetértési aránya is magasabb.

73. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.”

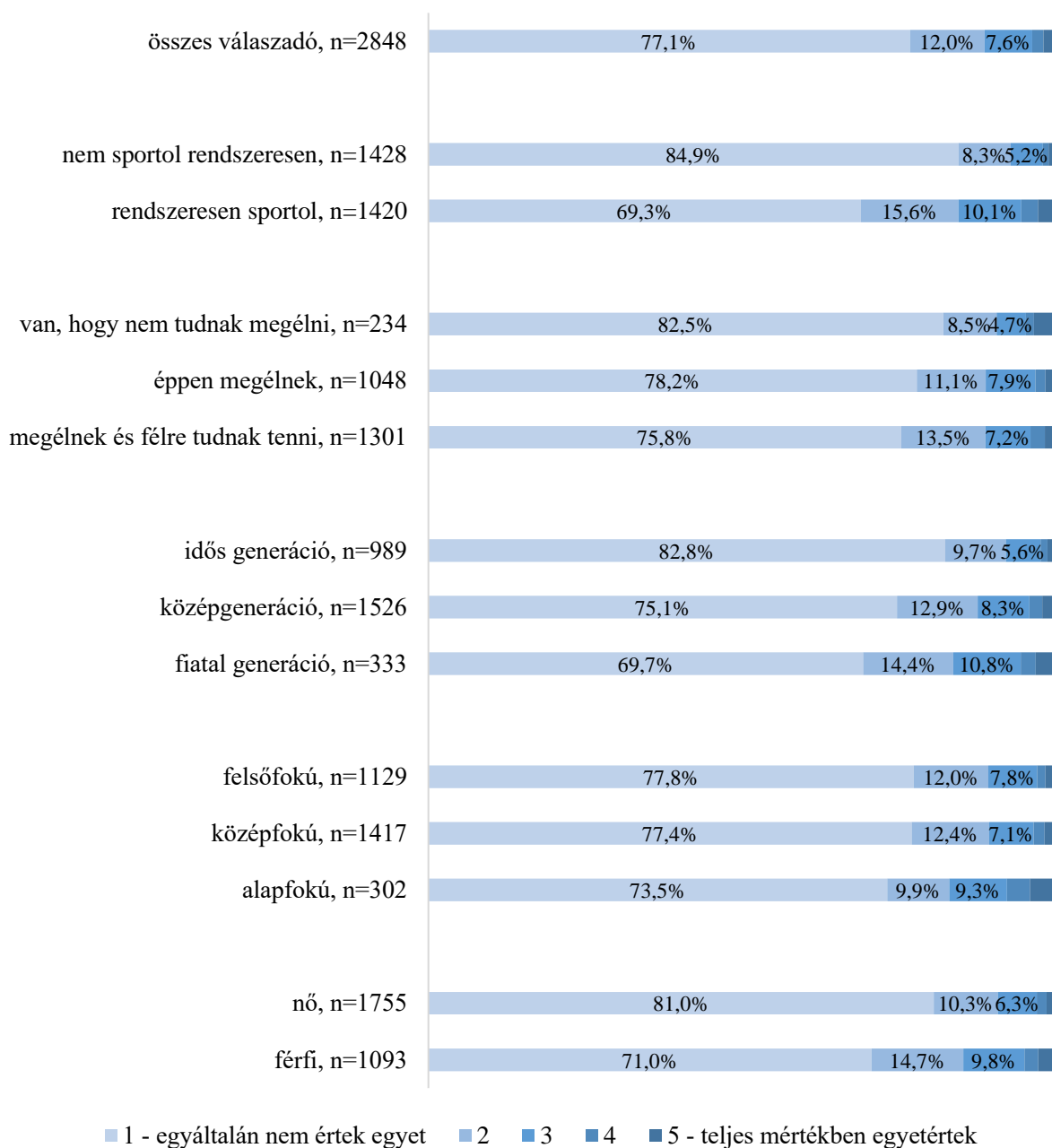


Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős mintánkban a „Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el” állítás kapcsán különbséget jelent 1000 fős mintánkhoz viszonyítva, hogy nem tudunk településtípus esetén szignifikáns különbségeket feltárni. Ugyanez azonban sikerült a sportolási rendszeresség, az anyagi helyzet, a generációk, a végzettség és a nemek szerint is (74. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 9. mellékletben található. Várható módon a rendszeresen sportolók és a legjobb anyagi helyzetűek magasabb arányban értették egyet, mint azok, akik nem sportolnak rendszeresen és akiknek anyagi helyzete szerényebb. Generációk szerint a fiatal generáció tagjai költenek leginkább arra, hogy a sport kapcsán jobb online élményeket érjenek el, míg az idős generáció tagjai legkevésbé. Összehasonlítva a korábbi kérdésekre adott válaszokkal, ez kissé meglepő, mivel a sporttal kapcsolatos események és hírek tekintetében a fiatal generáció mellett és az idős generáció követte ezeket legnagyobb arányban online. Ezek szerint az idős generáció számára online térben vagy az élmény megléte és nem annak a minél jobb minősége a mérvadó, vagy anyagi helyzete kevésbé teszi lehetővé ehhez kapcsolódó eszközök vásárlását. Végzettség és nemek szerint az alapfokú végzettséggel rendelkezők és a férfiak költenek nagyobb arányban olyan eszközökre, amikkel jobb online sportélményeket érhetnek el.

74. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.”

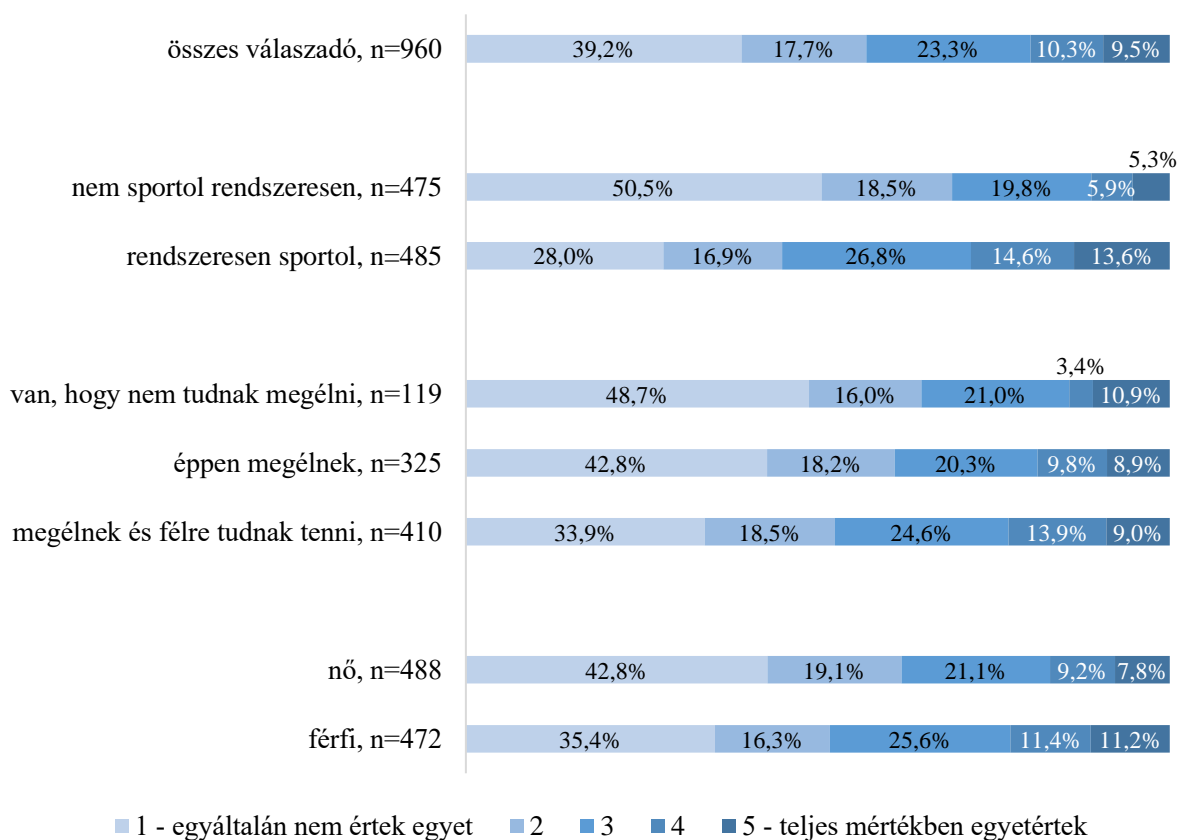


Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív mintánk alapján nem meglepő módon a rendszeresen sportoló magyarok nagyobb arányban szeretnek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni, mint akik nem sportolnak (75. ábra). Anyagi helyzet szerint ez a legrosszabb helyzetben lévőkre jellemző leginkább, legkevésbé pedig a jómódúakra. Ezenkívül sikerült nemek esetén is eltéréseket kimutatnunk. Ez alapján a férfiak nagyobb arányban szeretnek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni, mint a nők.

75. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni.”

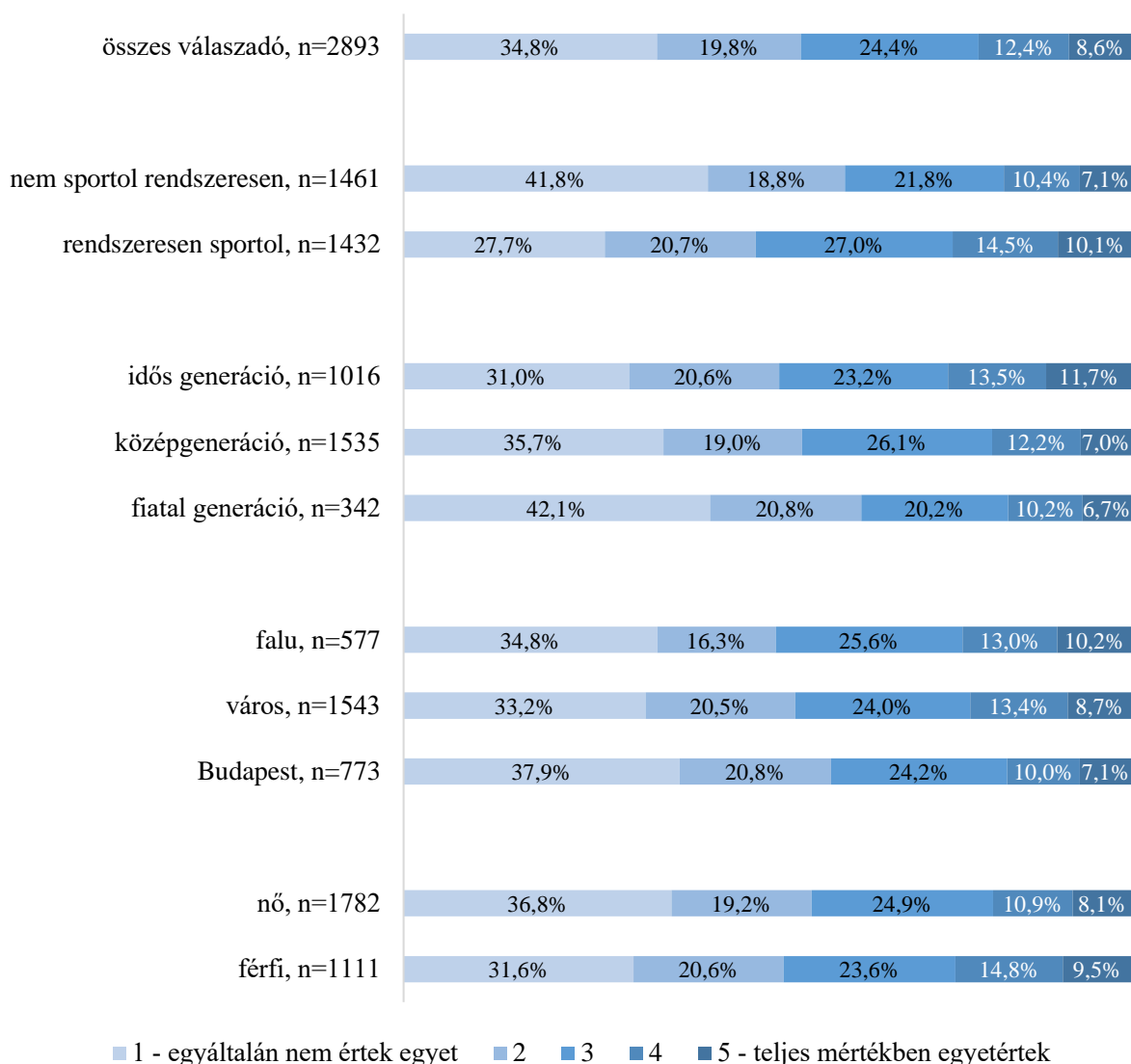


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős mintánkban a „Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni” állításunk esetén nagyon hasonló eredményeket tapasztaltunk a sportolási rendszeresség és a nemek szerint is, mint az 1000 fős mintánkban. Ezzel szemben nem sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk az anyagi helyzet esetén, de ugyanez sikerült a generációk és a településtípusok szerint (76. ábra). Ez alapján az idős generáció tagjai szívesebben olvasnak sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban, mint a középgeneráció vagy a fiatal generáció tagjai. Településtípus alapján ez a falusiakra jellemző a leginkább, míg a fővárosiakra a legkevésbé.

76. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni.”

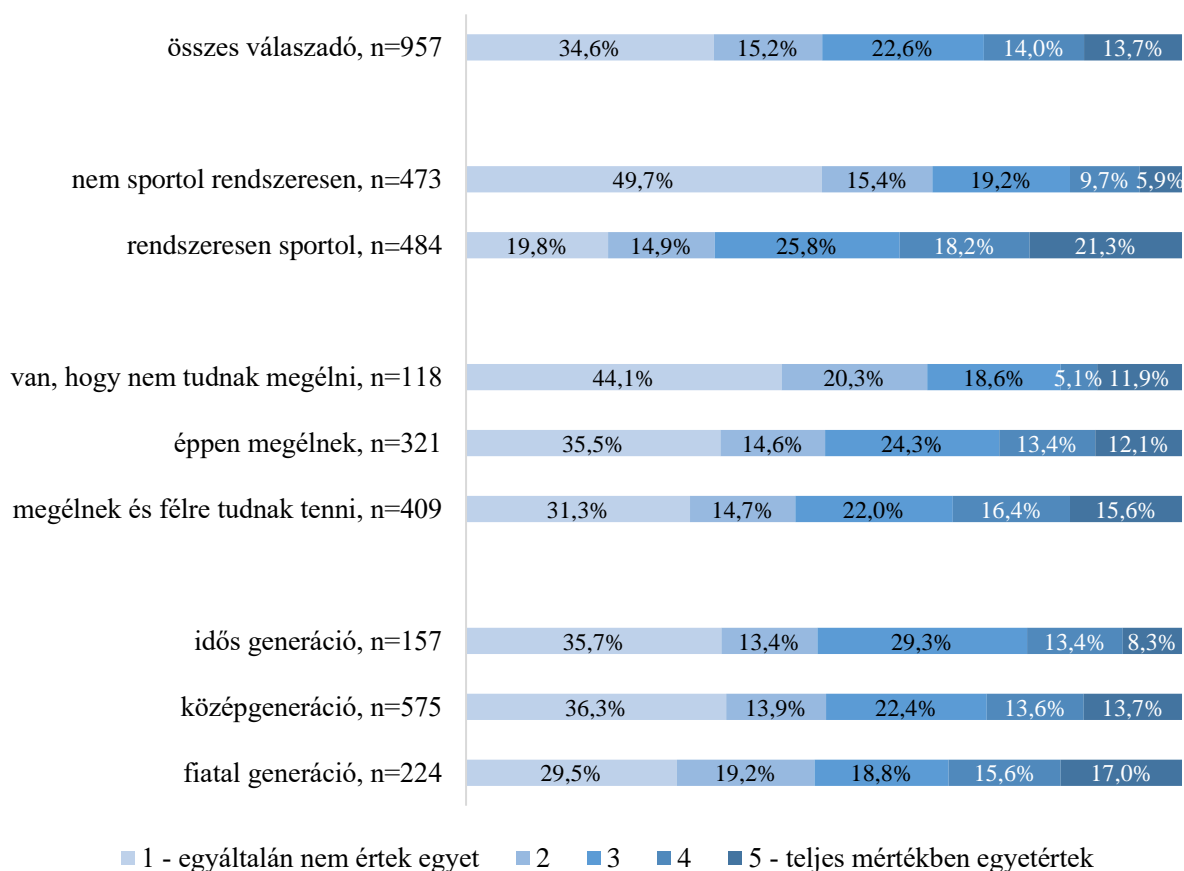


Forrás: Saját szerkesztés

77. ábránkon látható, hogy a reprezentatív mintánk alapján a magyarok közül azoknak, akik rendszeresen sportolnak, sokkal fantasztikusabb élményt jelent sporteseményeken részt venni, mint azoknak, akik nem sportolnak rendszeresen. Érdekes módon a jobb anyagi helyzetűekre is igaz ez, mint azokra, akik rosszabb anyagi körülmények között élnek. Generációk szerint a fiatal generáció tagjai között volt a legmagasabb, míg az idős generáció tagjai között a legalacsonyabb az egyetértés aránya ezen állításunk esetén.

77. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni.”

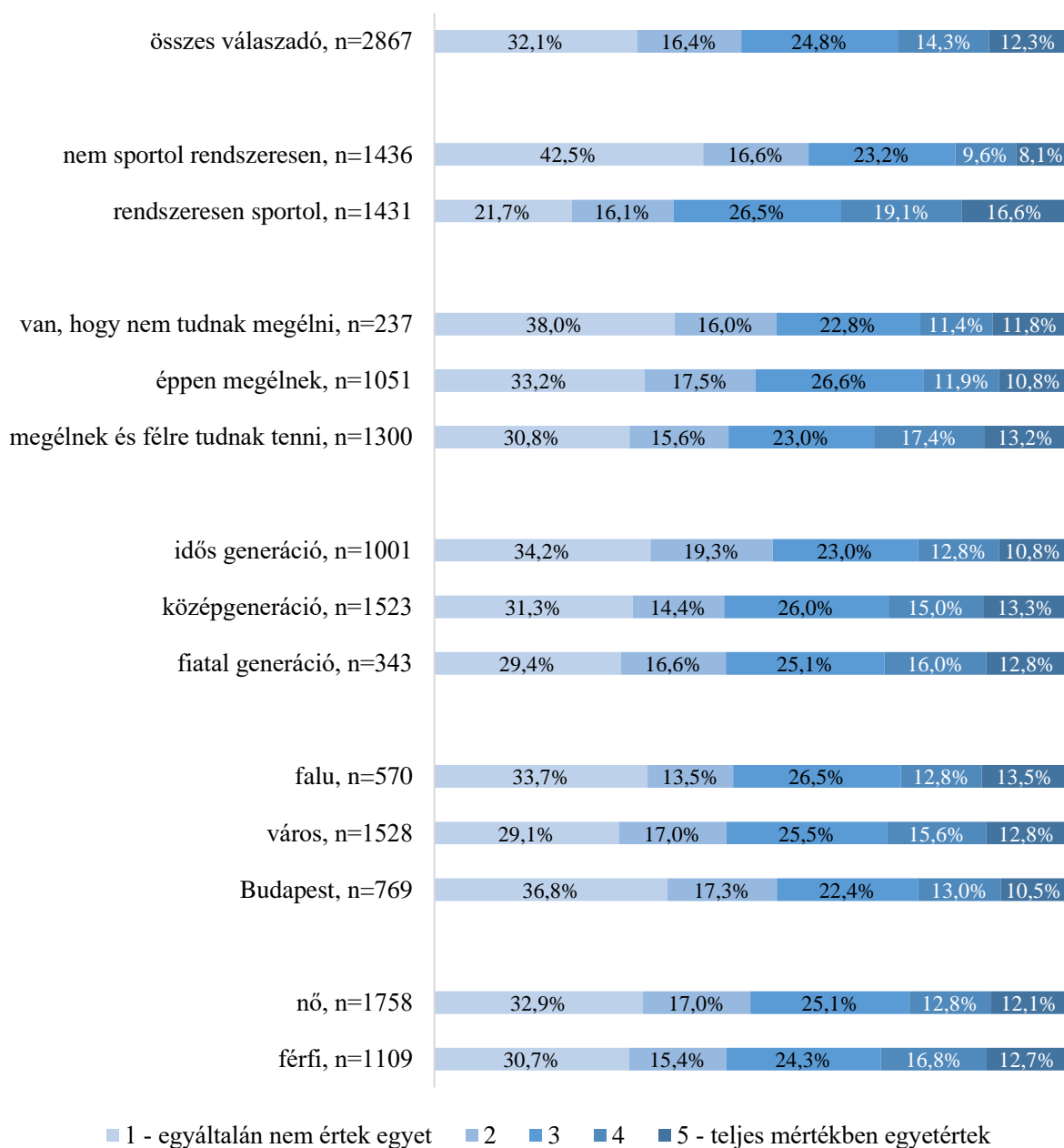


Forrás: Saját szerkesztés

A „Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni” állítást a 3000 fős nem reprezentatív mintánkon vizsgálva reprezentatív mintánkhoz hasonló eredményeket kaptunk a sportolási rendszeresség, az anyagi helyzet és a generációk szerint is. Ezen ismérvek mellett sikerült azonosítanunk szignifikáns különbségeket a településtípus és a nemek alapján is (78. ábra). Kiderült, hogy a budapestiek számára kevésbé jelent fantasztikus élményt sporteseményeken részt venni, mint a falusiak és a városiak számára. Ez következhet abból, hogy a fővárosban más a sporthoz kapcsolódó infrastruktúra és sokkal több lehetősége van az ott élőknek különböző sportesemények közül válogatni. A széles kínálat miatt az ott élők közömbösebbé válhattak, mint a nem fővárosiak, akik lehetőségei a sportesemények kapcsán sokkal szűkebbek. Nemek szerint a férfiak gondolják nagyobb arányban úgy, hogy fantasztikus élményt jelent számukra sporteseményeken részt venni.

78. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni.”

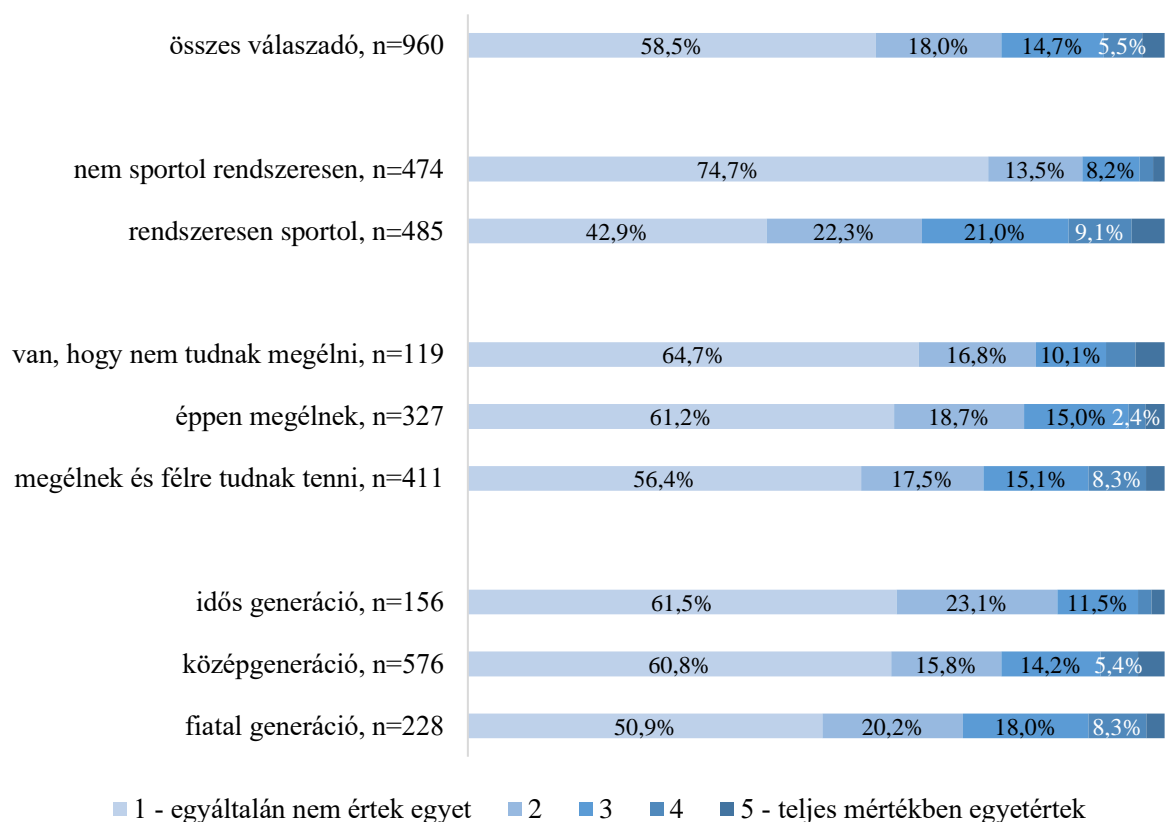


Forrás: Saját szerkesztés

1000 fős reprezentatív megkérdezésünk válaszadói közül nem meglepő módon a rendszeresen sportolók nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy sokat költenek sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására, mint akik nem sportolnak (79. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 10. mellékletben található. Szintén egyértelmű eredménynek tekinthető, hogy anyagi helyzet alapján azok, akik megélnék és félre is tudnak tenni, jobban egyetértettek ezzel, mint a náluk rosszabb helyzetben lévő csoportok tagjai. Generációk szerint is sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk, ami alapján a fiatal generáció tagjai költenek nagyobb arányban sokat sporttal kapcsolatos eseményekre és azok látogatására, mint a náluk idősebbek.

79. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására.”

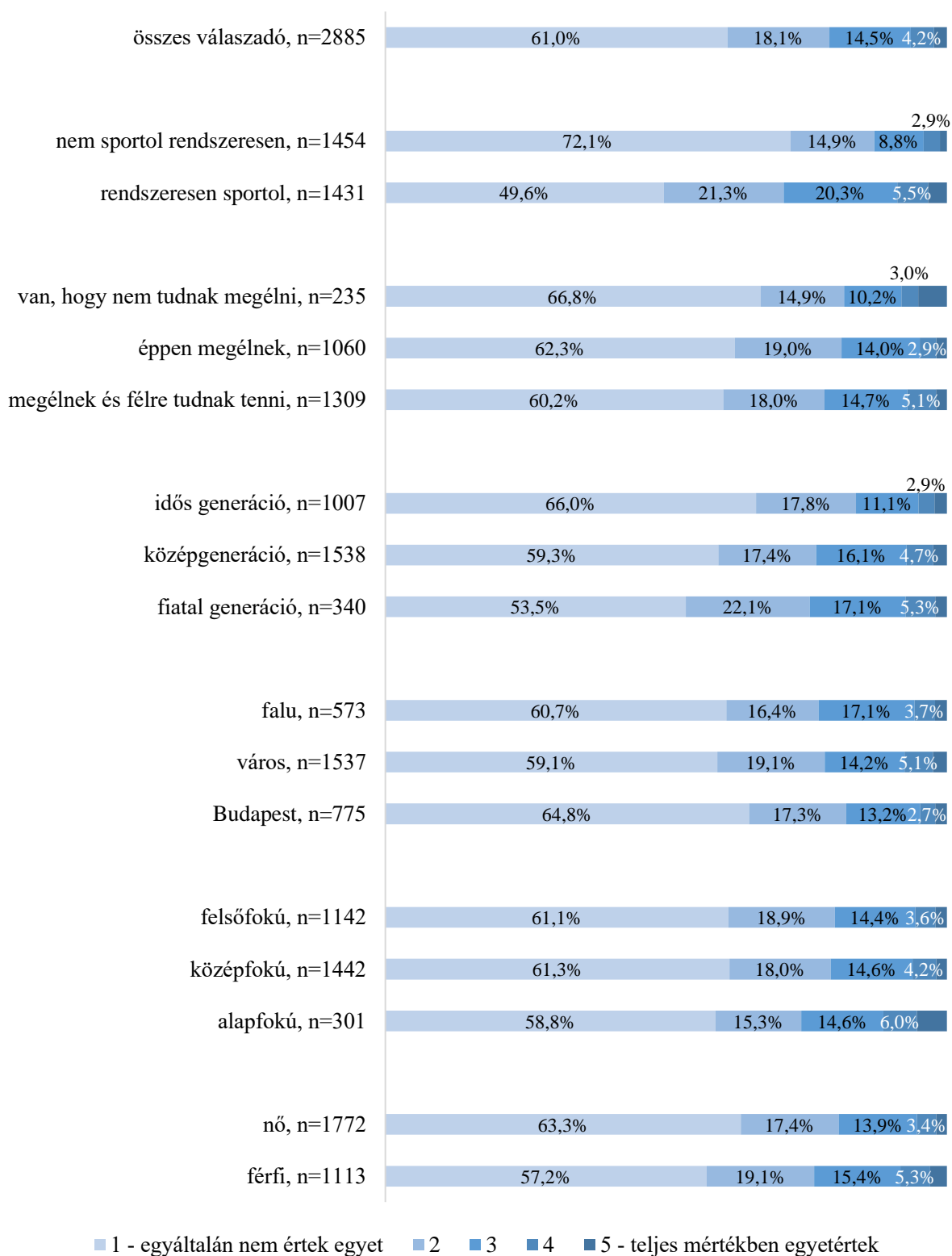


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünk mintájában a „Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására” állításunk esetén az összes vizsgált demográfiai ismerv esetén sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk (80. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 11. mellékletben található. Az eredmények a sportolási rendszeresség, az anyagi helyzet és a generációk szerint hasonlóan alakult az 1000 fős reprezentatív megkérdezésben tapasztaltakhoz. Településtípus esetén a városiak nagyobb arányban nyilatkoztak úgy, mint a falusiak és fővárosiak, hogy sokat költenek sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására. Érdekes, hogy ez az arány a budapestiek esetén a legalacsonyabb, amely eredmény viszont következhet a magasabb budapesti bérekből. Vagyis a budapestiek lehet, hogy pénzben kifejezve többet költenek sporttal kapcsolatos eseményekre és azok látogatására, mégsem érzik úgy, hogy ez sok lenne a jövedelmükhöz képest. Végzettség és nemek szerint az alapfokú végzettséggel rendelkezők és a férfiak nyilatkoztak úgy nagyobb arányban, hogy sokat költenek sporttal kapcsolatos eseményekre és azok látogatására. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők válaszainak okát tekintve hasonló dinamikák játszhattak szerepet, mint településtípus esetén a budapestieknél, csak ellentétes irányban. Az alapfokú végzettség általában alacsonyabb jövedelemmel jár, így a sporttal kapcsolatos kiadások is könnyebben tűnhetnek számukra soknak.

80. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására.”

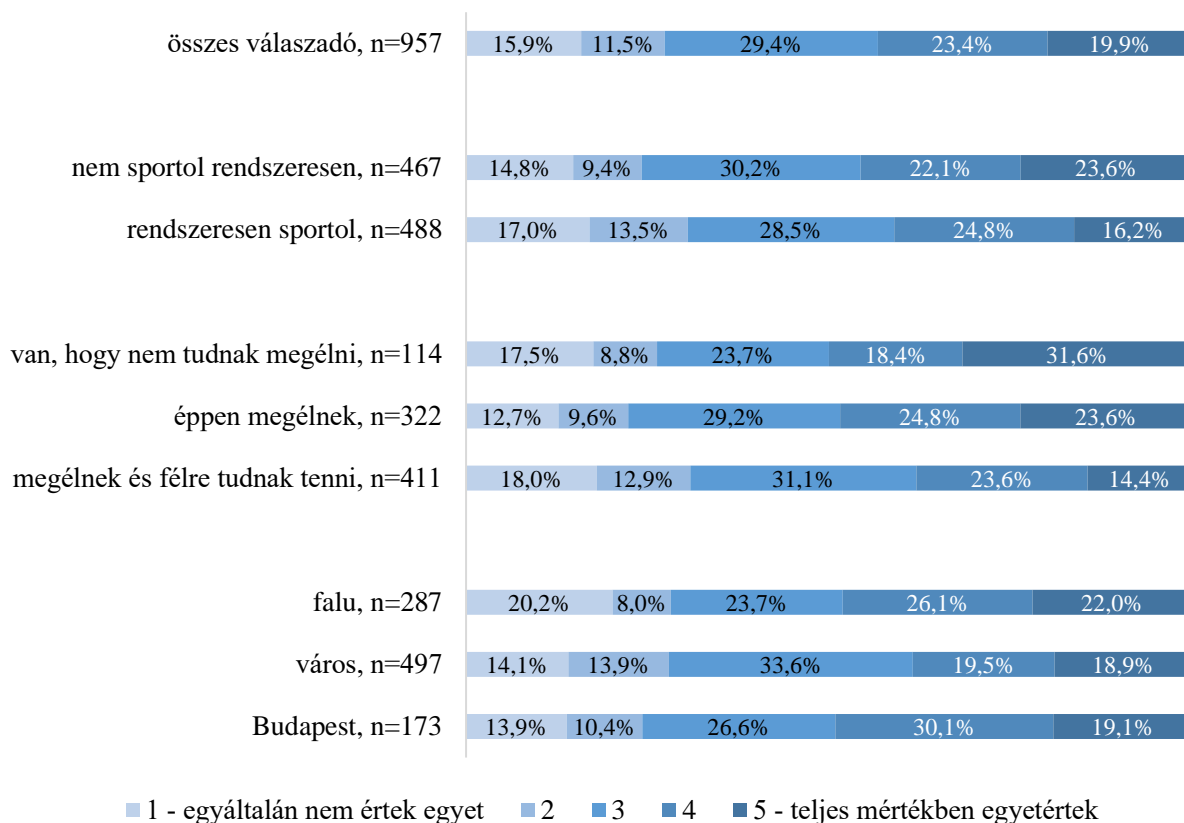


Forrás: Saját szerkesztés

81. ábránk alapján reprezentatív mintánk szerint a rendszeresen sportolók kisebb arányban gondolják, hogy a sportolás nagyon drága, mint azok, akik nem sportolnak rendszeresen. Érthető módon anyagi helyzet szempontjából ugyanezen állításunkkal a jobb anyagi helyzetben élők kevésbé értettek egyet, mint azok, akik anyagi helyzetet rosszabb. Településtípus szerint a fővárosiak és a falusiak nagyobb arányban vélekednek úgy, hogy a sportolás nagyon drága, mint a városiak.

81. ábra: Attitűdállítások - háttérelmézés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás nagyon drága.”

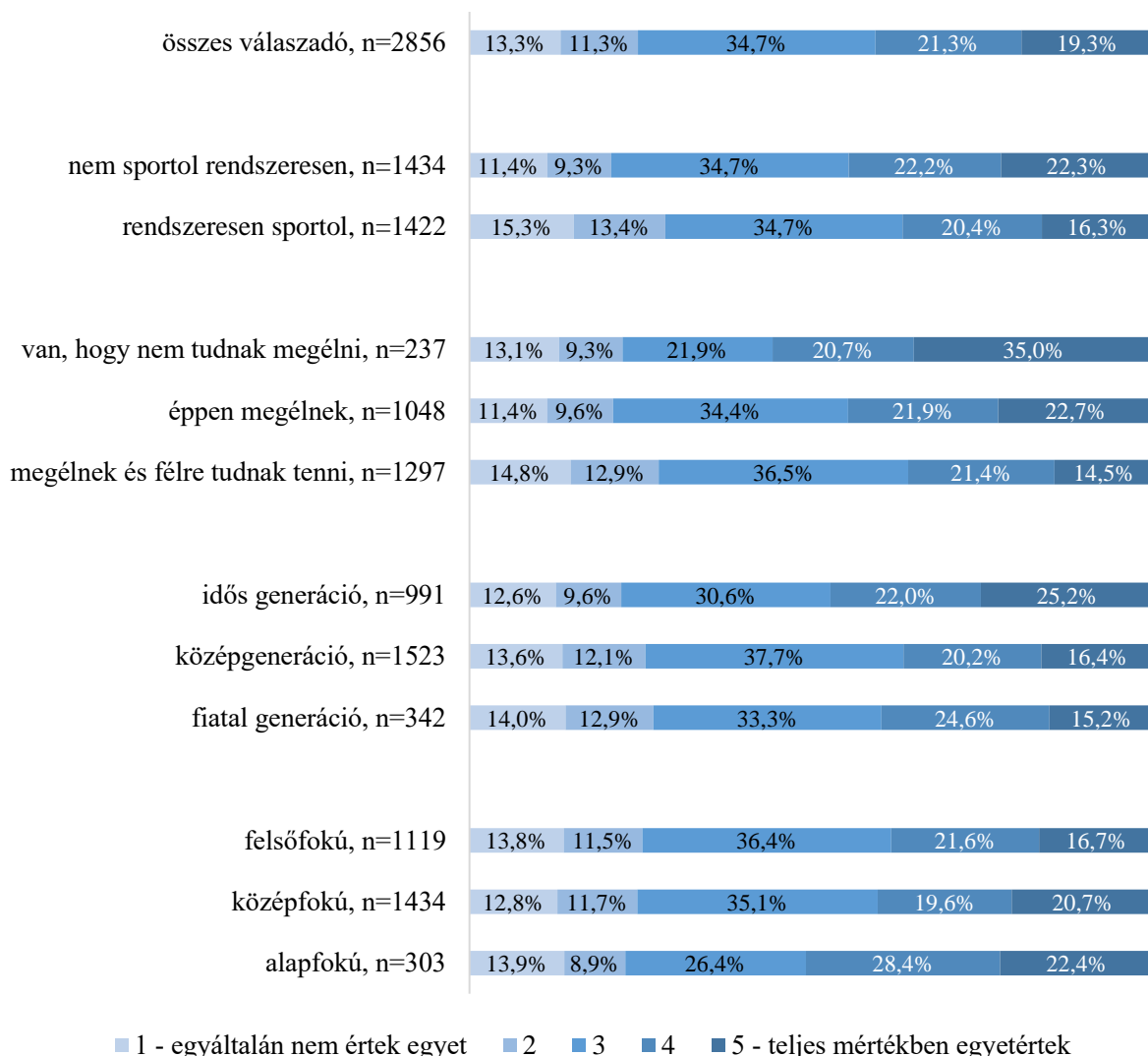


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünk eredményeit „A sportolás nagyon drága” állításunk esetén a 82. ábra foglalja össze. Az eredmények majdnem teljesen megegyeznek az 1000 fős reprezentatív mintánkban tapasztalt eredményekkel a sportolási rendszeresség és az anyagi helyzet alapján. Ezen mintánkban nem sikerült szignifikáns különbségeket feltárunk településtípus szerint, viszont sikerült ugyanez a generációk és a végzettség esetén. Az idős generáció tagjai nagyobb arányban gondolják úgy, hogy a sportolás nagyon drága, mint a középgeneráció és a fiatal generáció tagjai. A végzettséget vizsgálva a végzettségi szint növekedésével csökken azok aránya, akik nagyon drágának tartanak a sportolást. Feltételezhető, hogy ez a magasabb végzettségi szinttel elérhető magasabb jövedelemmel függ össze.

82. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás nagyon drága.”

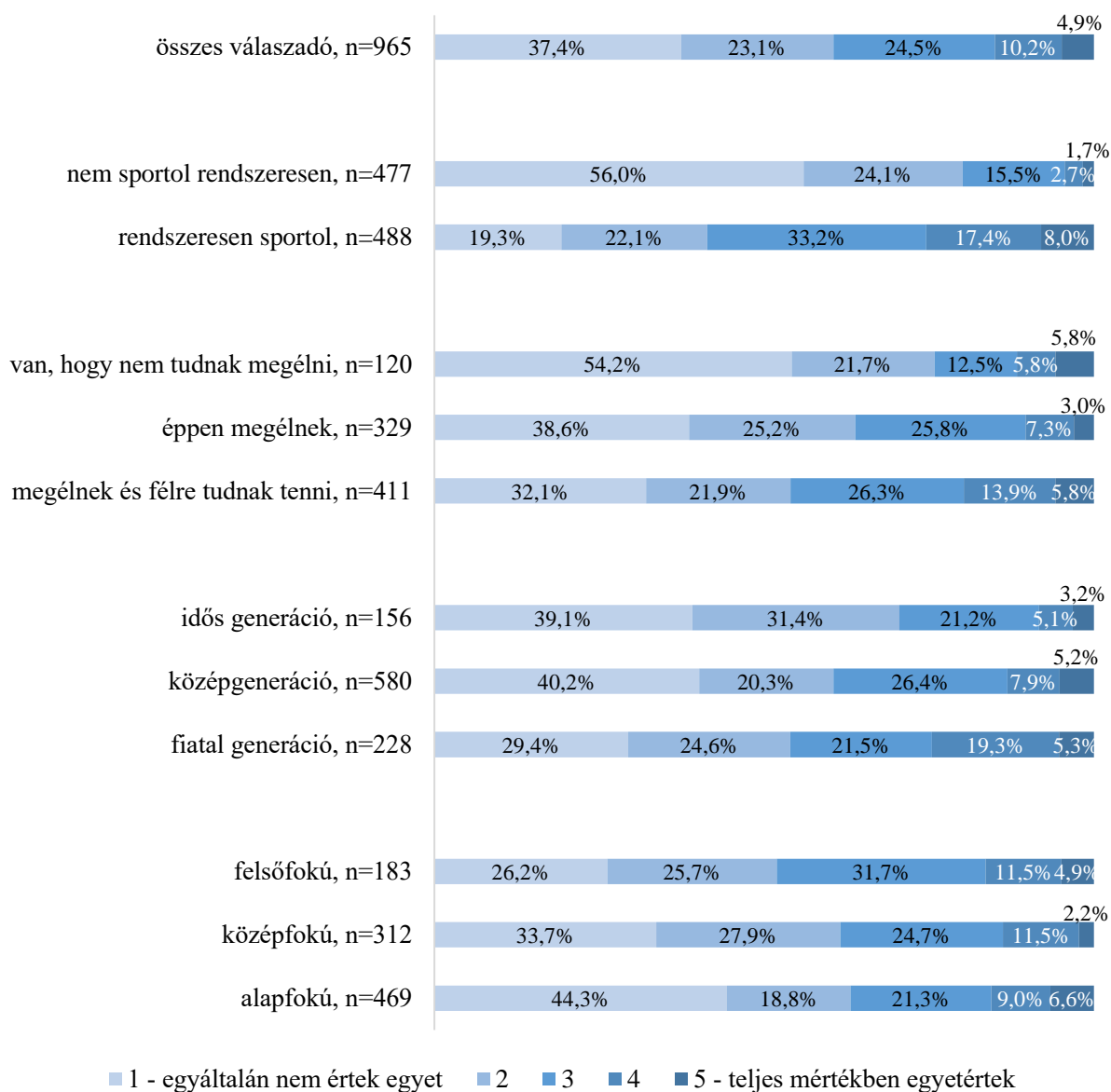


Forrás: Saját szerkesztés

„A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök” állításunk szempontjából a reprezentatív mintánkban feltárt eredményeket a 83. ábra foglalja össze. Ezen állításunkkal a rendszeresen sportoló válaszadóink érthető módon jóval nagyobb arányban értettek egyet, mint akik nem sportolnak. Szintén nagyobb volt az egyetértési arány azok körében, akik megélnék és félre is tudnak tenni, mint azok esetén, akik ennél rosszabb anyagi helyzetben élnek. Generációk szerint a fiatal generáció tagjai jobban egyetértettek azzal, hogy a sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költenek, mint a náluk idősebbek. Végzettség alapján az egyetértési arány a középfokú végzettséggel rendelkezők körében a legalacsonyabb, náluk a felsőfokú és az alapfokú végzettséggel rendelkezők is szívesebben költenek sporthoz kapcsolódó dolgokra.

83. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök.”

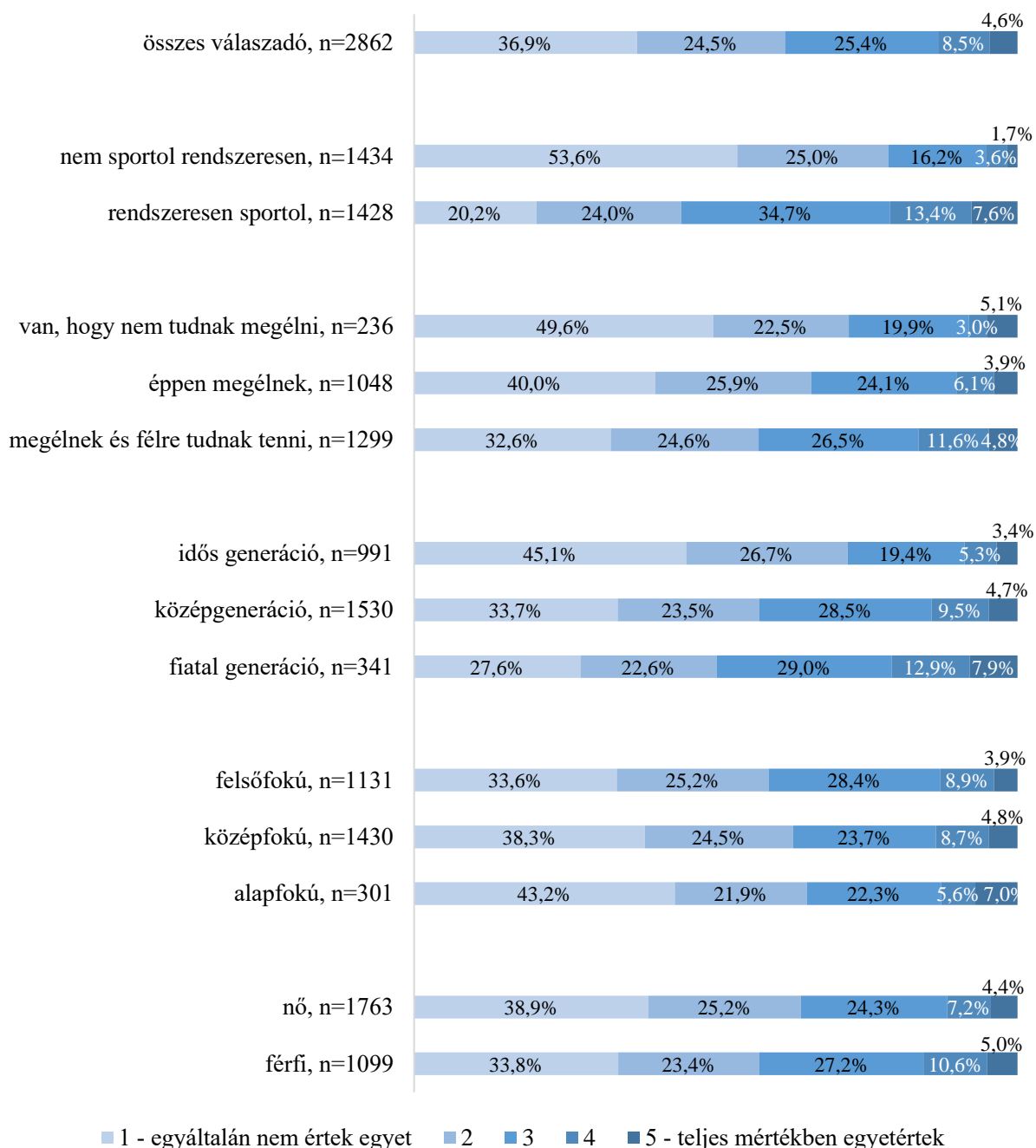


Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív mintánkban „A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök” állítás esetén reprezentatív mintánkhoz hasonló eredményekre jutottunk a sportolási rendszerességet, az anyagi helyzetet és a generációkat vizsgálva is. A végzettség szerint különbséget jelent a két minta között, hogy skálánk egyetértés oldalán a 4-es és 5-ös értékeket összevonva nem reprezentatív mintánkban majdnem azonos mértékben értettek egyet ezen állításunkkal az eltérő végzettségi szinttel rendelkezők. A skálánk másik, nem ért egyet oldala alapján a két minta közötti eredmények már nagyon hasonlóknak tekinthetők a különböző végzettségeket vizsgálva. Továbbá, a 3000 fős megkérdezésünkben az 1000 főshöz képest nemek szerint is sikerült szignifikáns eltéréseket feltárnunk. Ez alapján a férfiak szívesebben költenek sporthoz kapcsolódó dolgokra, mint a nők (84. ábra).

84. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök.”



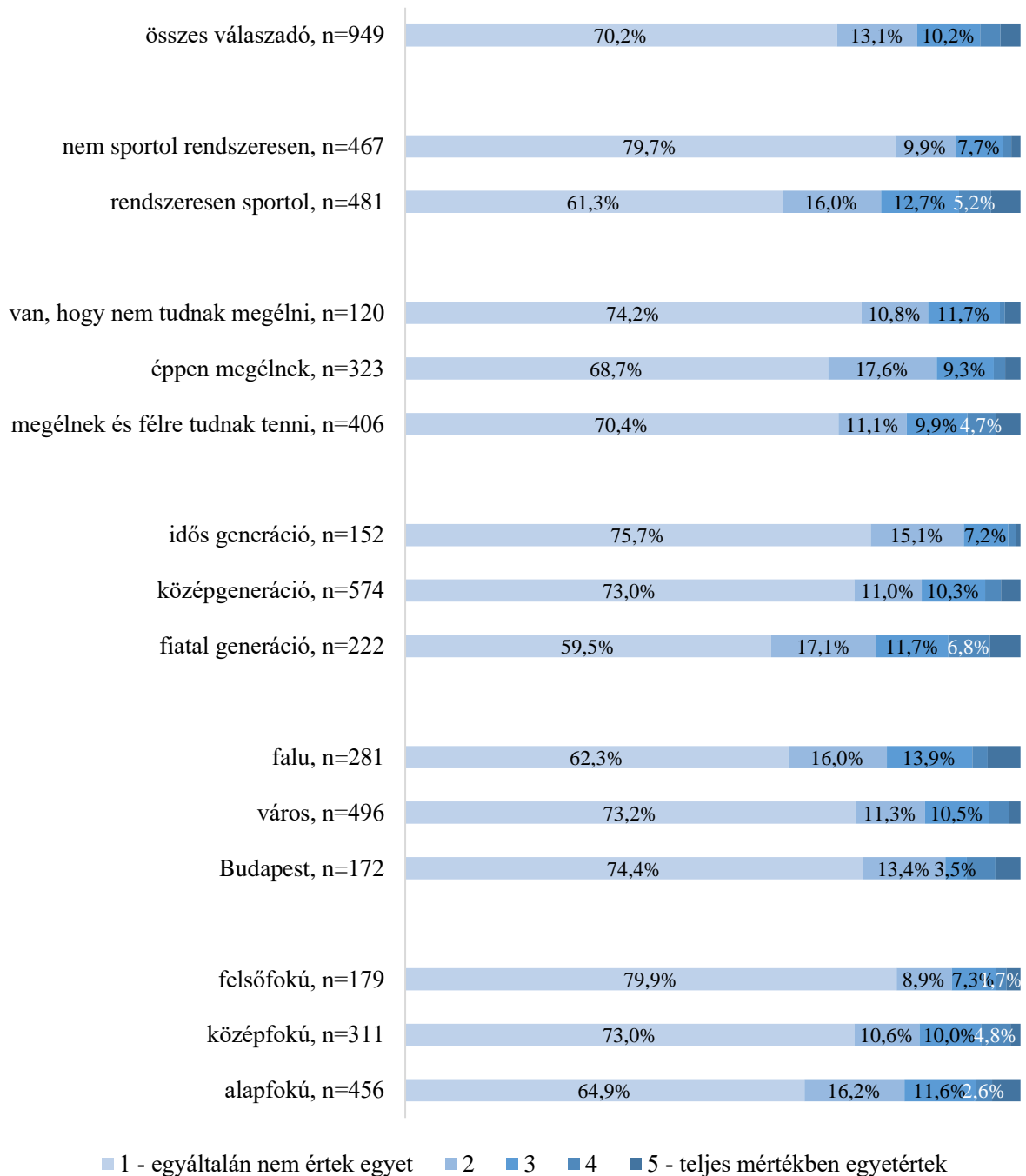
Forrás: Saját szerkesztés

A „Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra” állításunk esetén mindkét mintát tekintve általánosan alacsony volt az egyetértés aránya. Ennek ellenére a szignifikáns különbségeket mutató ismérvek esetén be tudjuk mutatni eredményeinket, mivel az értelmezést ez nem befolyásolja érdemben. A 85. ábrán látható, hogy reprezentatív mintánkban a rendszeresen sportoló magyarok nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy sokat költenek e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra, mint akik nem sportolnak. A kapcsolódó teljes adatsor a 12. mellékletben található. Ezen állításunkkal nem meglepő módon anyagi helyzet és generációk szerint a

legjobb anyagi helyzetben élők és a fiatal generáció tagjai értettek egyet a leginkább. Településtípus alapján a budapestiekre és a falusiakra jellemzőbb, hogy sokat költenek e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra, mint a városiakra. Végzettség szerint az állításunkkal való egyetértés aránya a végzettségi szint növekedésével csökken, aminek mélyebb vizsgálata szükségesnek látszik.

85. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költenek e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra.”

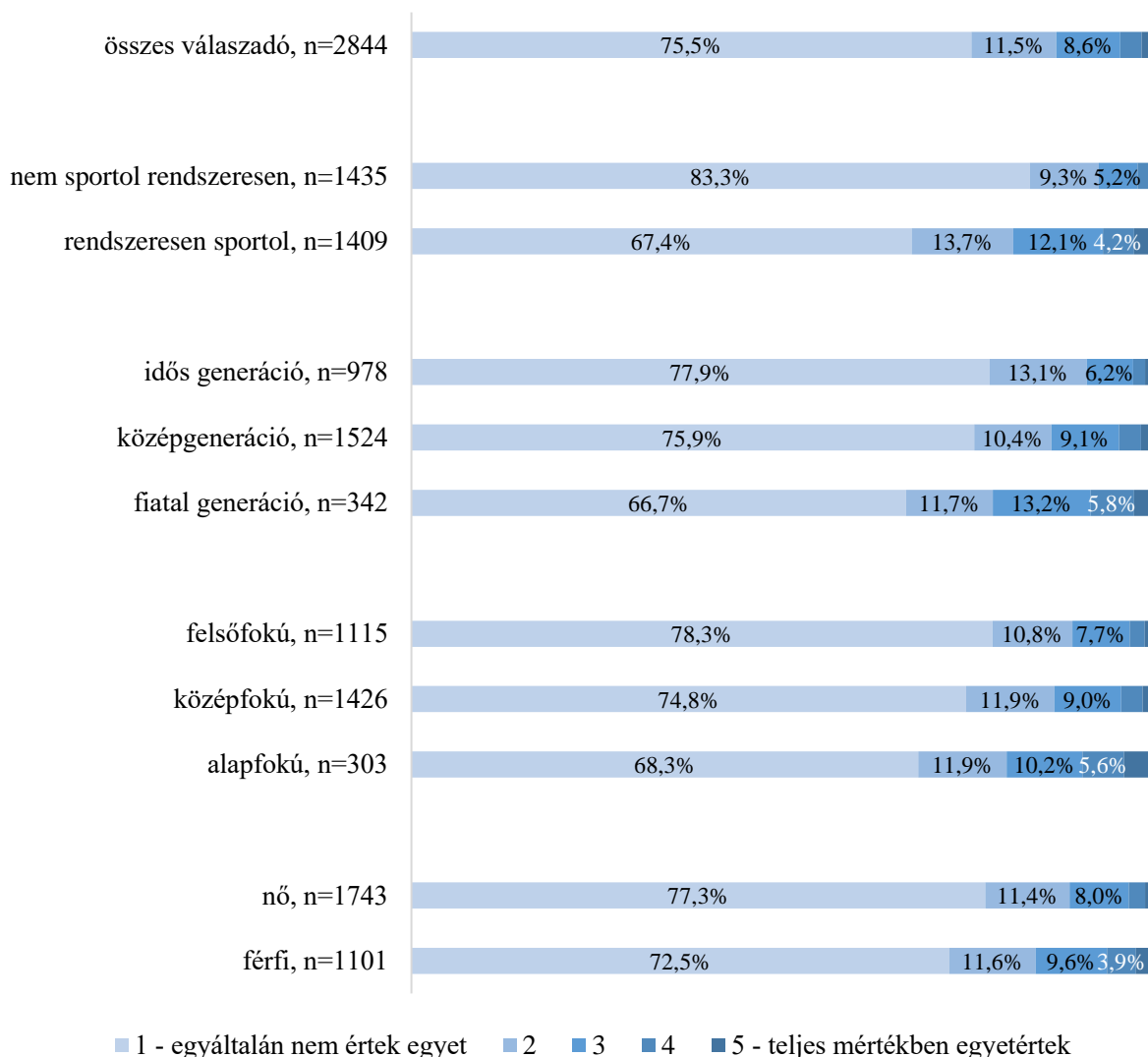


Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanezen állításunk esetén a 3000 fős nem reprezentatív mintánkban hasonló eredményekre jutottunk a sportolási rendszeresség, a generációk és a végzettség szerint is. A két minta között különbséget jelent, hogy a 3000 fős mintában sikerült szignifikáns különbséget kimutatnunk a nemek szerint is, míg a településtípus szempontjából nem tudtunk ilyet azonosítani. Ez alapján a férfiak nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy sokat költenek e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra, mint a nők (86. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 13. mellékletben található.

86. ábra: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költenek e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra.”



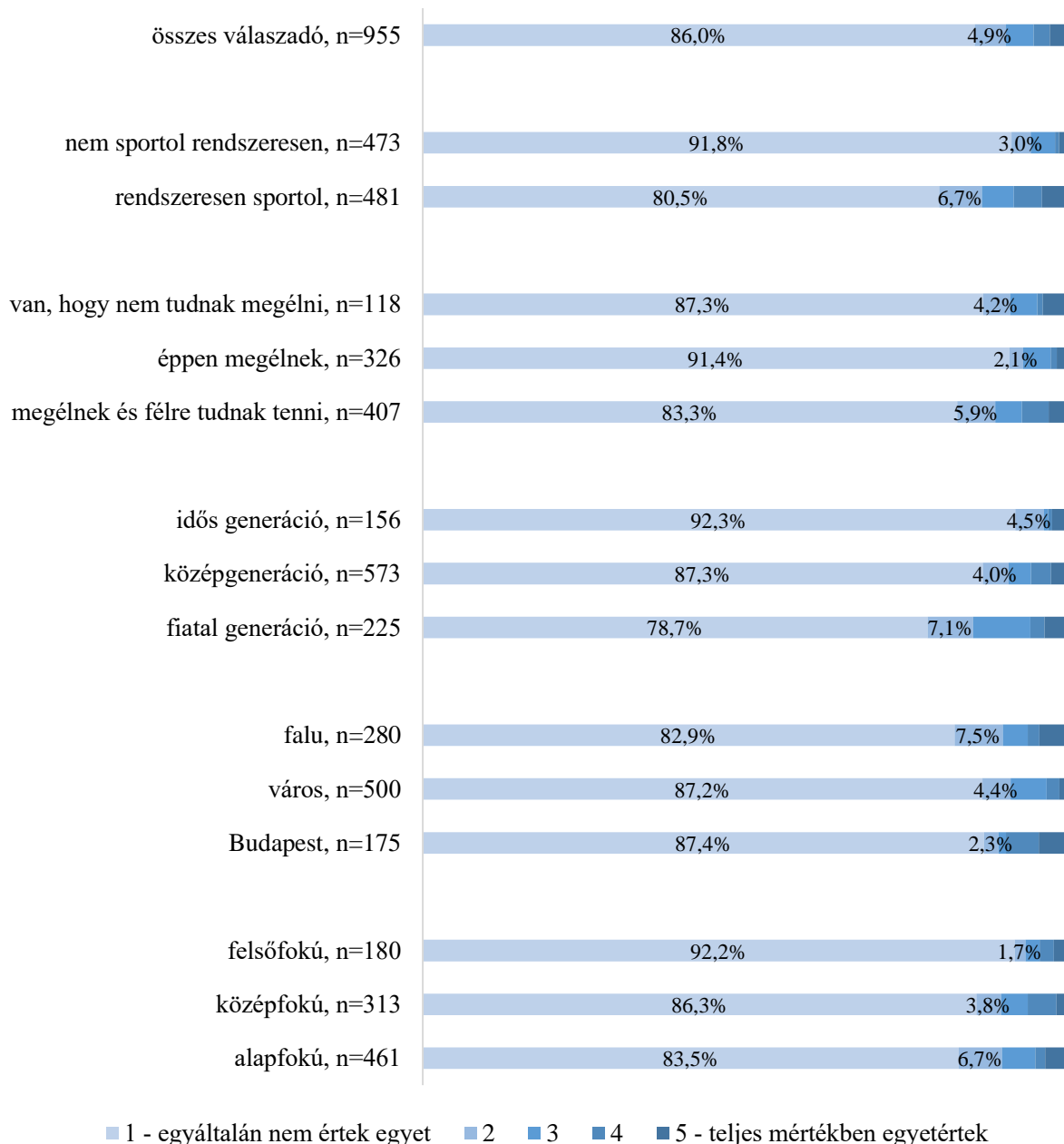
Forrás: Saját szerkesztés

Attitűdállításaink esetén külön kitértünk a sportból való megélhetésre is három különböző állítással. A következőkben ezek eredményeit mutatjuk be az egyes demográfiai csoportok válaszaiban fellelhető különbségek mentén. 1000 fős reprezentatív megkérdezésünk eredményei alapján nem meglepő módon a rendszeresen sportolók között nagyobb arányban vannak, akik a sportolásból élnek, mint akik nem sportolnak rendszeresen (87. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 14. mellékletben található. Anyagi helyzet szerint viszont érdekes jelenségre bukkantunk. A legjobb és a legrosszabb anyagi helyzetű csoportok között vannak

nagyobb arányban, akik a sportolásból élnek. Vagyis szélsőséges módon, aki a sportolásból él, az vagy azok közé tartozik, akik megélnék és félre is tudnak tenni, vagy azok közé, akik van, hogy nem is tudnak megélni. Érthető módon generációk szerint a fiatal generáció tagjai élnek nagyobb arányban a sportolásból, mint a náluk idősebbek. A településtípus szempontjából a budapestiek között vannak a legnagyobb arányban, akik sportolásból élnek. Végzettség alapján ugyanez inkább az alapfokú és középfokú végzettséggel rendelkezőkre jellemző, mint a felsőfokúakra.

87. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolásból élek.”



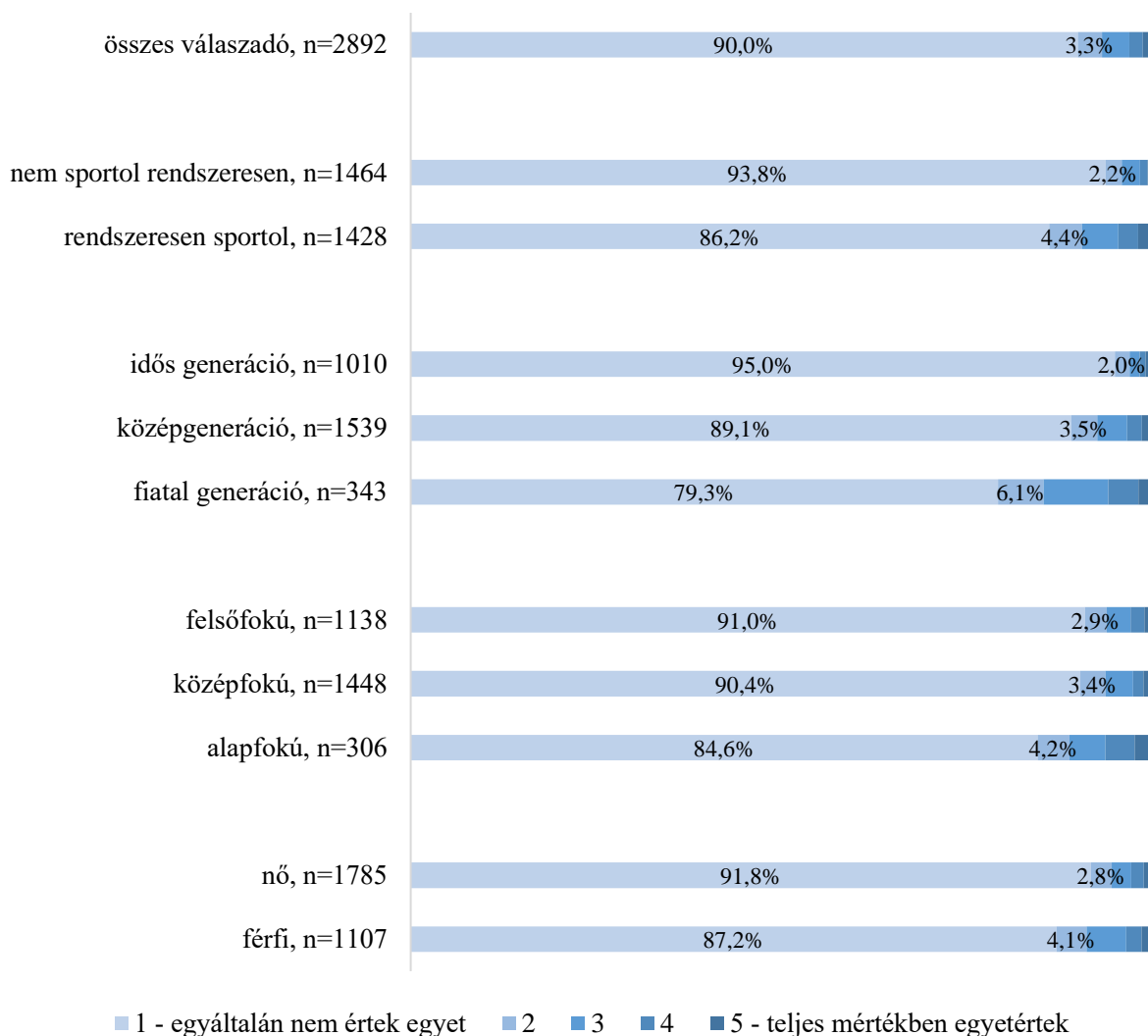
Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős nem reprezentatív mintánkban „A sportolásból élek” állításunk esetén reprezentatív mintánkhoz hasonló eredményeket kaptunk a sportolási rendszeresség és a generációk

szempontjából (88. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 15. mellékletben található. Végzettség alapján különbséget jelent, hogy ebben az esetben csak az alapfokú végzettséggel rendelkezők nyilatkoztak magasabb arányban úgy, hogy a sportolásból élnek, amitől a középfokú végzettséggel rendelkezők egyetértési aránya elmarad, csakúgy, mint a felsőfokú végzettséggel rendelkezőké. Nem reprezentatív mintánkban településtípus szerint nem sikerült szignifikáns különbséget kimutatnunk, míg nemek szerint igen. Ez alapján a férfiak nagyobb aránya él sportolásból, mint a nőké.

88. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolásból élek.”

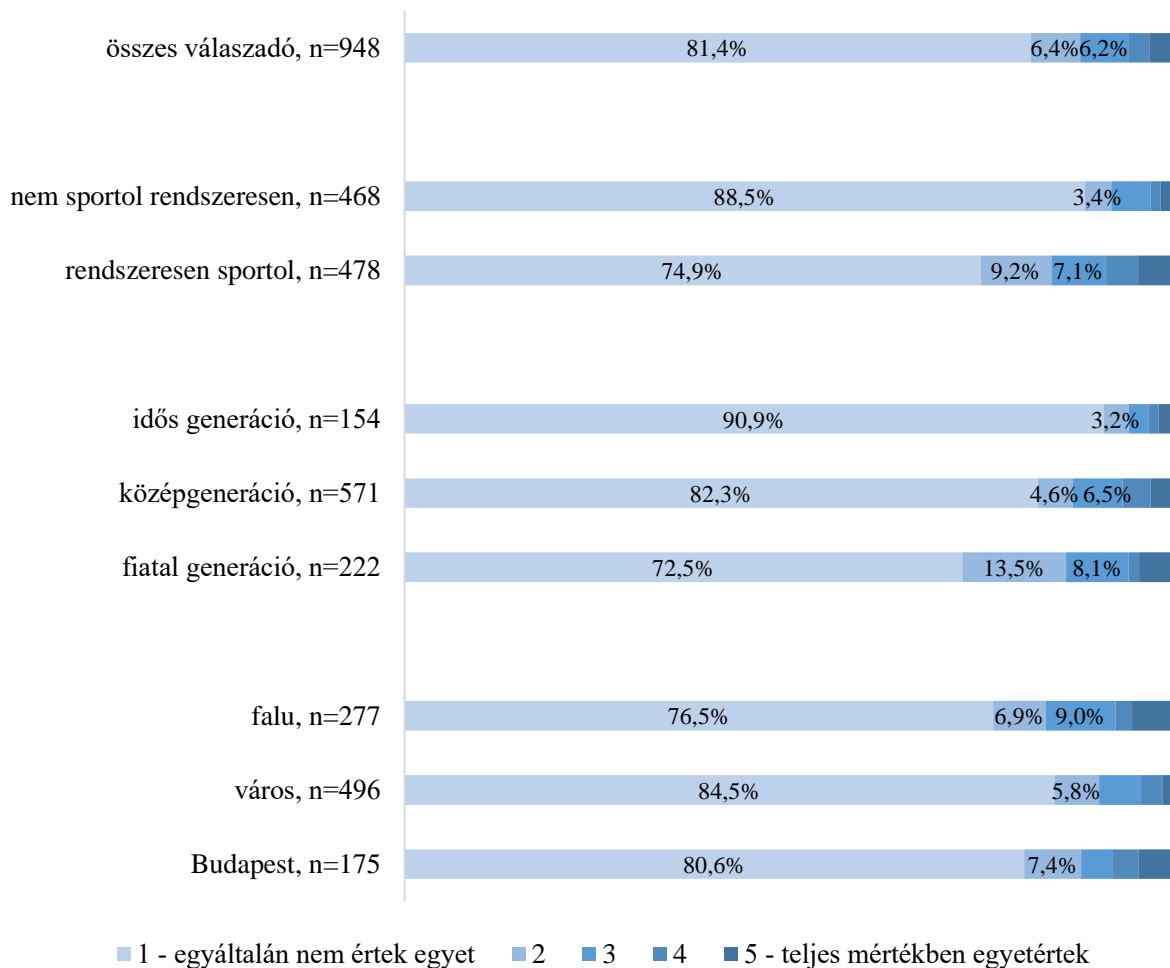


Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünkben, az előző állítással összhangban a „Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek” állítással is a rendszeresen sportolók és a fiatal generáció tagjai értettek egyet a leginkább (89. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 16. mellékletben található. Településtípus szerint a falusiak és a budapestiek egyetértési aránya magasabb, mint a városiaké. Felvetődik a kérdés azonban, hogy értelmezés szerint kinek mi jelenti a sokat. Emiatt valószínűleg a budapestiek sporthoz kapcsolódó keresete összértékben magasabb, mint a falusiaké, mivel feltételezhető, hogy a megkérdezettek a környezetükben élő ismerőseik jövedelmi helyzetéhez viszonyítottak.

89. ábra: Attitűdállítások - háttérelemzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.”

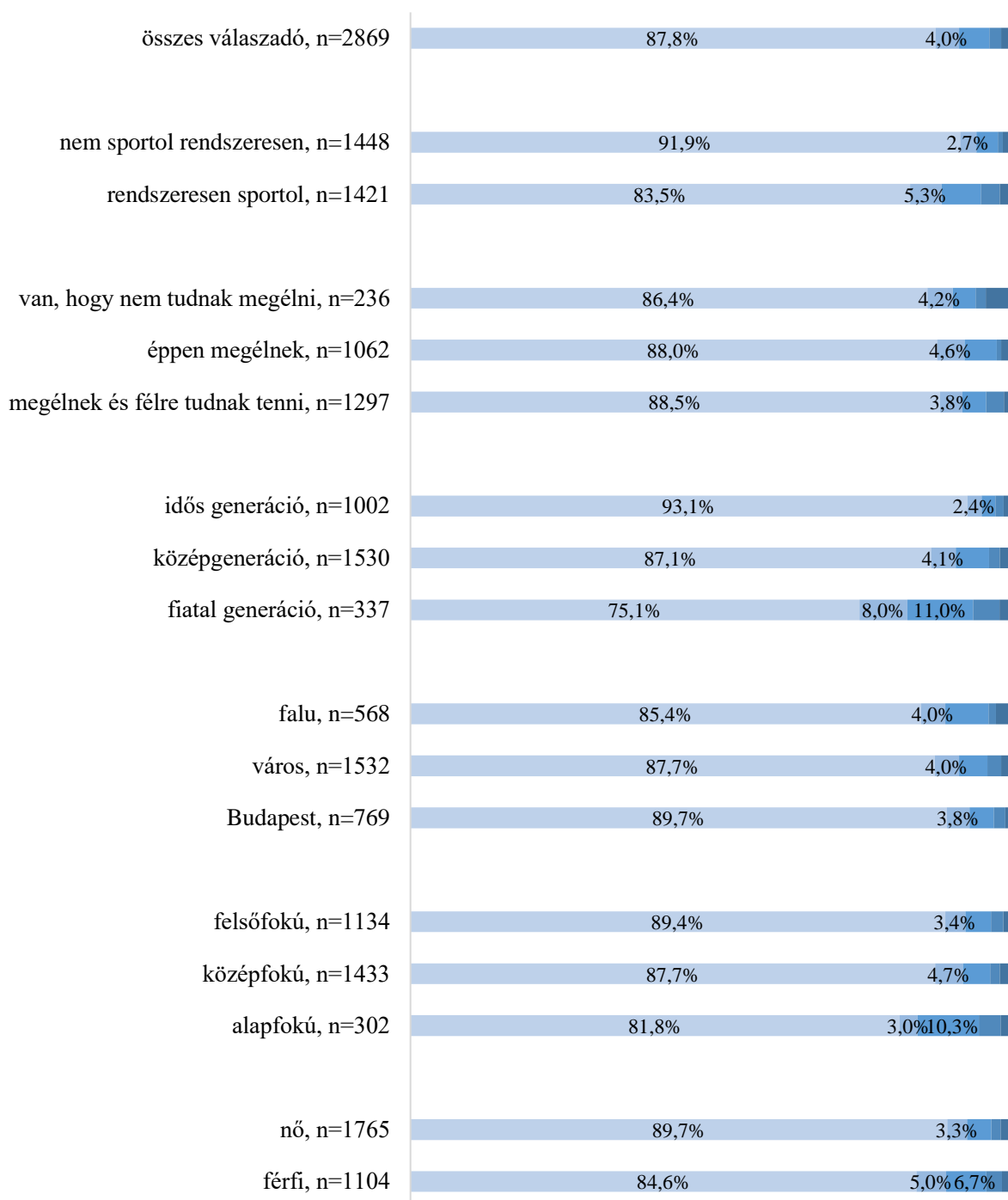


Forrás: Saját szerkesztés

A 90. ábra alapján a „Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek” állításunk esetén a sportolási rendszeresség és a generációk szempontjából nem reprezentatív megkérdezésünk eredményei hasonlóak reprezentatív megkérdezésünkéhez. A kapcsolódó teljes adatsor a 17. mellékletben található. Nem reprezentatív mintánkban ezen felül sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk a jövedelmi helyzet, a végzettség és a nemek szerint is. Látszólag paradox módon azok, akik van, hogy nem tudnak megélni, nagyobb arányban nyilatkoztak úgy, hogy a sportteljesítményükkel kapcsolatos dolgokkal sokat keresnek. A látszólagos ellentmondás oka lehet a sokat keresni kifejezés értelmezése is. Ha valakinek a jövedelmi helyzete általánosan rossz, akkor a sport miatt időnként megkeresett összegeket túlértékelheti azokhoz képest, akiknek az alapvető jövedelmi helyzete jobb. Végzettség szerint az alacsony végzettséggel rendelkező gondolkodik úgy a legnagyobb arányban, hogy a sport teljesítményükkel kapcsolatos dolgokkal sokat keresnek. A nemek szerinti különbségeket tekintve állításunkkal a férfiak nagyobb arányban értettek egyet, mint a nők.

90. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.”



■ 1 - egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - teljes mértékben egyetértek

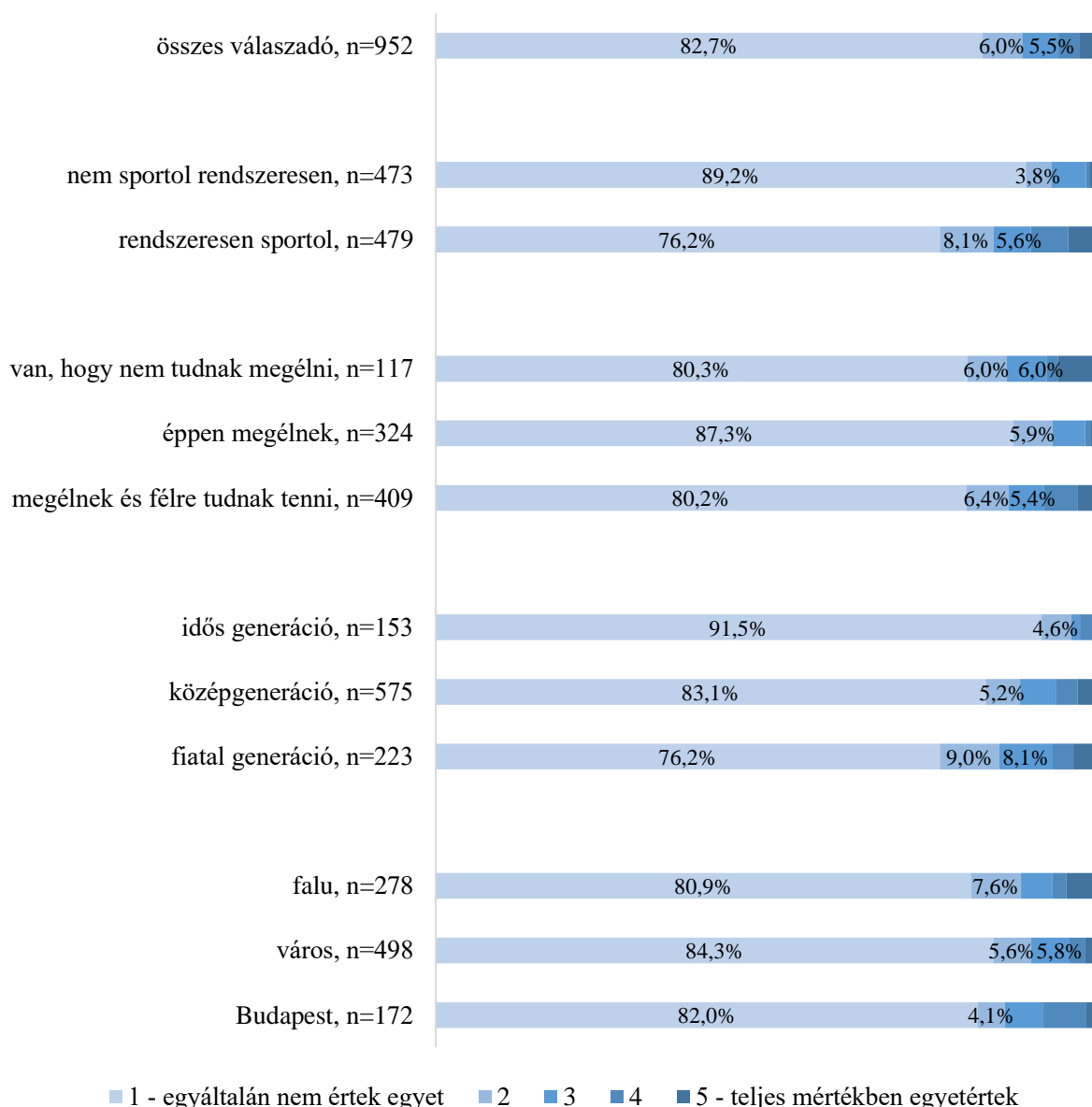
Forrás: Saját szerkesztés

„A sporthoz kapcsolódik a munkám” állításunk elsősre azonosnak tűnhet a korábban bemutatott „A sportolásból élek” állítással. A két állítás között valóban van átfedés, de utóbbihoz a sportolók mellett azok is besorolhatók, akik nem a sportteljesítményükkel keresik jövedelmüket, hanem más, de a sporthoz kapcsolódó módon, ami közben nem kell sportot

űzniük. Reprezentatív mintánk szerint a 91. ábra alapján a rendszeresen sportolók és a fiatal generáció tagjai között vannak olyanok a legnagyobb arányban, akiknek a sporthoz kapcsolódik a munkája. A kapcsolódó teljes adatsor a 18. mellékletben található. Anyagi helyzet szempontjából ez kevésbé igaz azokra, akik éppen megélnék jövedelmükből, mint a náluk jobb és a rosszabb anyagi helyzetben lévőkre. Településtípus szerint a falusiaknak és a budapestieknek kapcsolódik nagyobb arányban a munkája a sportoláshoz, mint a városiaknak.

91. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódik a munkám.”



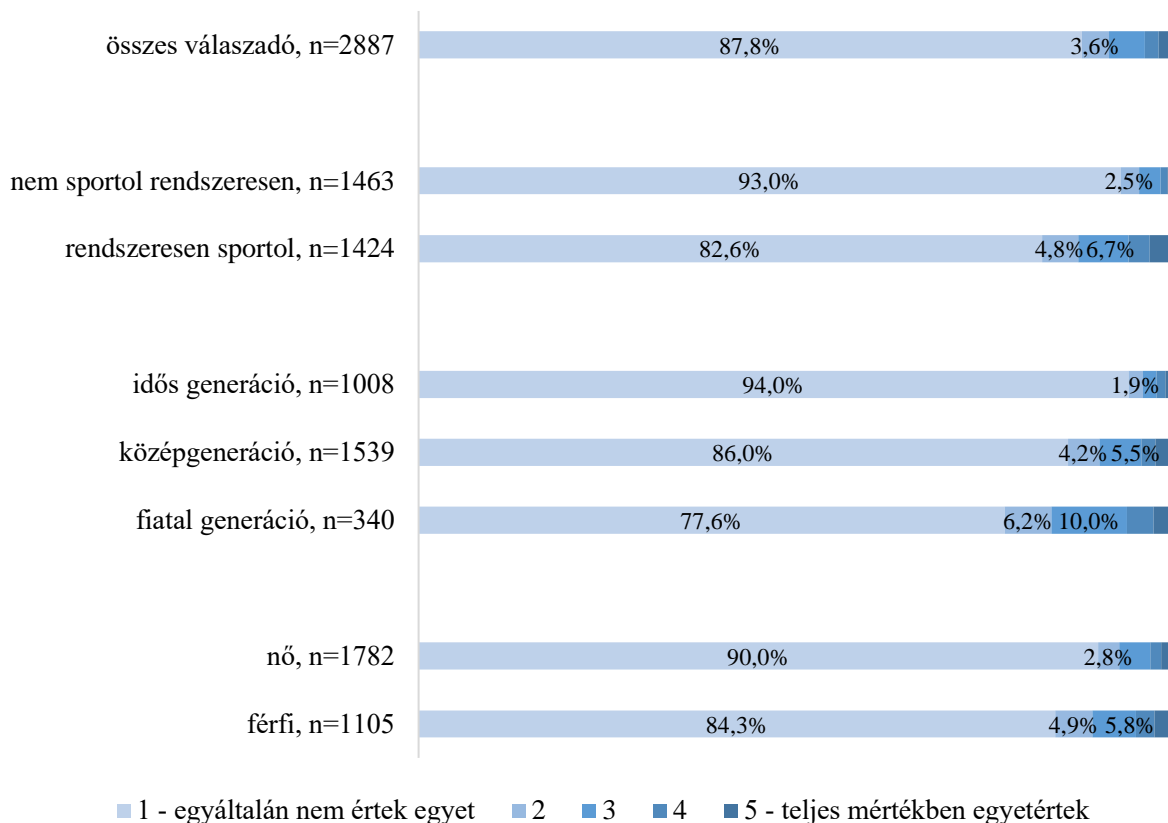
Forrás: Saját szerkesztés

3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünk eredményei „A sporthoz kapcsolódik a munkám” állítás esetén generációk és sportolási rendszeresség szempontjából hasonlóak a reprezentatív megkérdezésünk eredményeihez (92. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 19. mellékletben található. Nem sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk az anyagi helyzet és a településtípus tekintetében, nemek szerint viszont igen. Ebből kiderült, hogy nem reprezentatív

mintánk válaszadói közül a férfiak munkája kapcsolódik magasabb arányban sporthoz, mint a nők.

92. ábra: Attitűdállítások - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódik a munkám.”

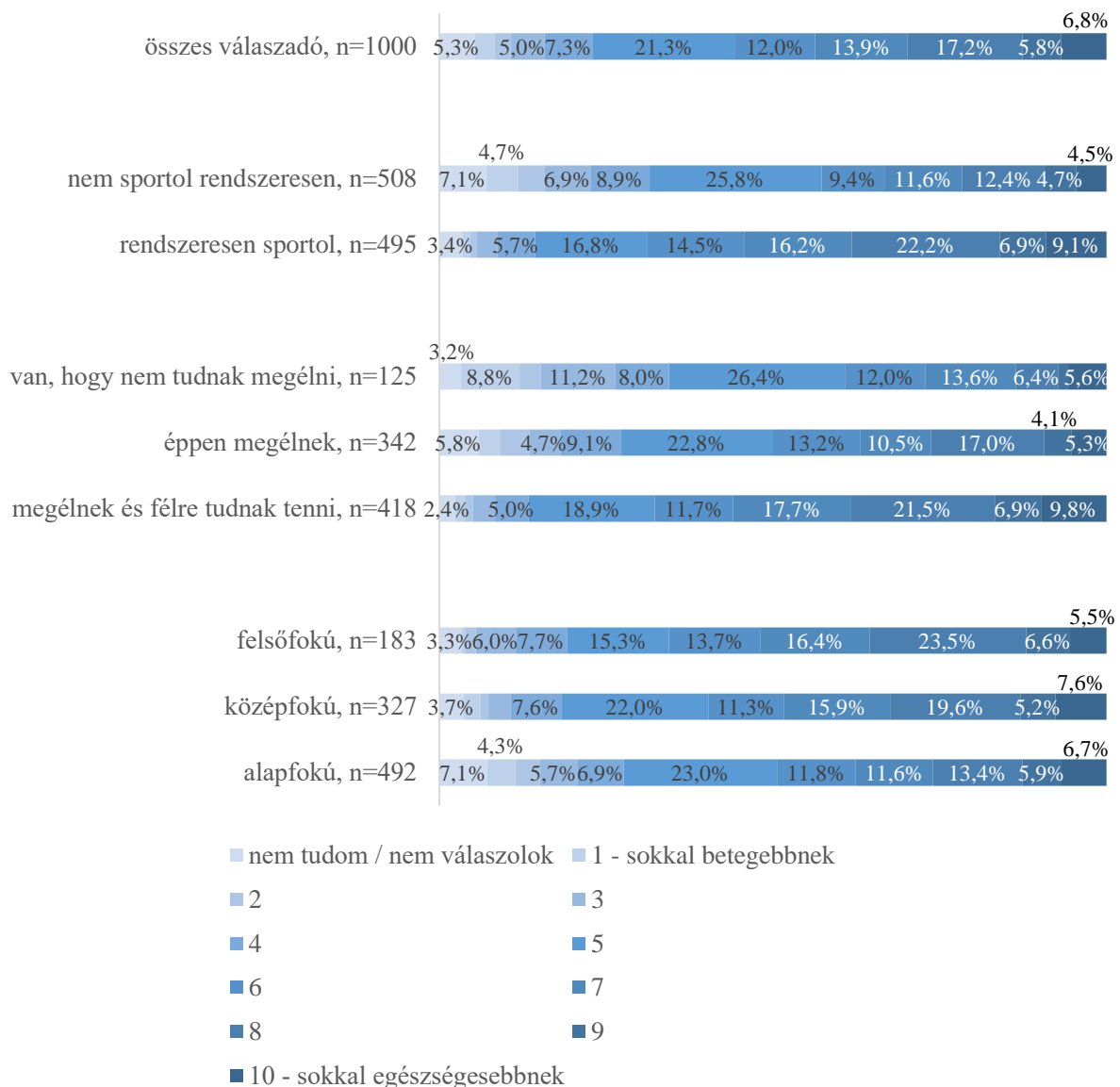


Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunkban kitértünk a válaszadóink egészségérzetének vizsgálatára is. Véleményüket tízfokozatú Likert-skálán kértük, hogy fejezzék ki, ahol a 10 azt jelenti, hogy sokkal egészségesebbnek, az 1 pedig azt jelenti, hogy sokkal betegebbnek érzik magukat a velük egykorú emberekkel összehasonlítva. 1000 fős reprezentatív mintánk alapján jelentős különbség mutatkozott a magyarok egészségérzetében a sportolási rendszeresség szerint (93. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 20. mellékletben található. Rendszeresen sportoló válaszadóink sokkal egészségesebbnek érzik magukat, mint azok, akik nem sportolnak. Szintén jelentős különbségeket tapasztaltunk jövedelmi helyzet és végzettség szerint is. A legegészségesebbnek azok érzik magukat a velük egykorú emberekkel összehasonlítva, akik megélnék és félre is tudnak tenni. Minél rosszabb anyagi helyzetben van valaki, annál kevésbé érzi egészségesnek magát. Végzettség alapján a felsőfokú végzettséggel rendelkezők a legegészségesebbek, míg az alacsony végzettséggel rendelkezők érzik magukat a legkevésbé egészségesnek. Az egészségérzet különböző csoportok szerinti eltéréseinek több oka lehet, a sportolás azonban kiemelendő ezek közül. A rendszeresen sportoló és a nem sportoló válaszadóink közötti jelentős különbség fő oka egyértelműen a sportolásban, mint fizikai aktivitásban gyökerezik, annak egészségjavító hatásának köszönhetően. Ez a hatás megjelenhet az anyagi helyzet és a végzettség esetén is, hiszen már feltártuk, hogy a magasabb végzettségűek és a jobb anyagi helyzetben élők között magasabb a rendszeresen sportolók aránya is.

93. ábra: Egészség - háttérelmzés (n=1000)

„Mennyire tartja egészségesnek önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva?”



Forrás: Saját szerkesztés

A 3000 fős nem reprezentatív mintánk eredményei az egészségérzet esetén megerősítik az 1000 fős reprezentatív mintánkban tapasztaltakat, mind a sportolási rendszeresség, a végzettség, és az anyagi helyzet szempontjából (94. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 21. mellékletben található. Különbséget jelent, hogy a nem reprezentatív mintánkban ezen felül sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk a generációk szerint is. Az idős generáció tagjai egészségesebbnek érzik magukat a velük egykorú emberekkel összehasonlítva, mint a középgenerációs és a fiatal generáció tagjai. Ez érdekes eredménynek tekinthető, aminek számos oka lehet, amik felderítéséhez további kutatások szükségesek.

94. ábra: Egészség - háttérelmzés (n=3000)

„Mennyire tartja egészségesnek önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva?”



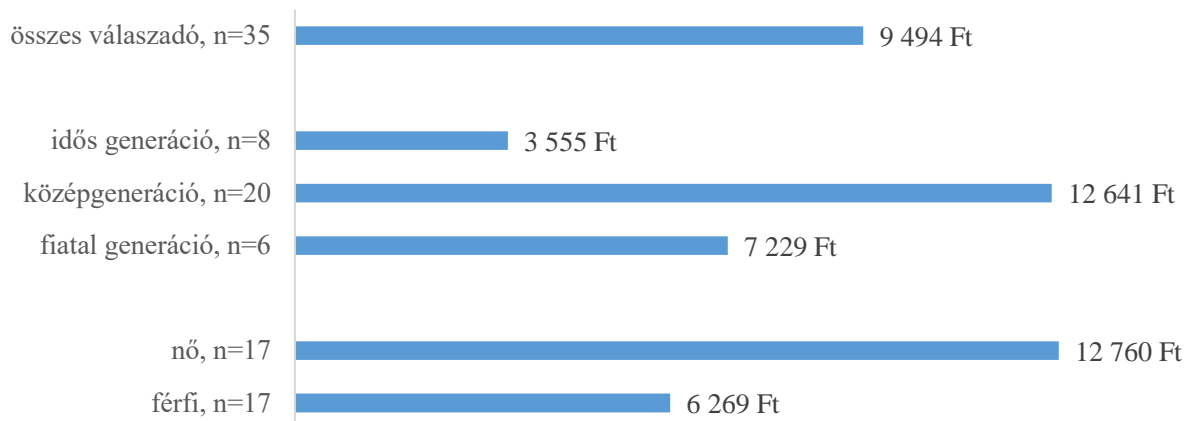
Forrás: Saját szerkesztés

A sportköltségeket vizsgálva összesen 13 termék és szolgáltatáskategória esetén kértük arra válaszadóinkat, hogy becsüljék meg adott kategóriában mennyit költöttek az adatfelvétel időpontjától számított egy évben. A következőkben a költségek szempontjából tapasztalható különbségeket mutatjuk be az egyes demográfiai csoportok viszonylatában. 1000 fős mintánk esetén az eredmények többször csak tájékoztató jellegűek mivel egyes kategóriákban kevesen költöttek, így azt demográfiai csoportok szerint tovább bontva az elemszám túl alacsonyra csökkent. A 95. ábrán látható, hogy sportbiztosításra 1000 fős mintánk alapján a középgeneráció tagjai költik a legtöbbet, míg az idős generáció tagjai a legkevesebbet. Nemek

szerint a férfiak költenek többet sportbiztosításra, mint a nők. Ezeket az eredményeket az alacsony elemszám miatt fenntartásokkal kell kezelni. 3000 fős nem reprezentatív mintánkban a sportbiztosítások esetén nem is sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk.

95. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelvezés (Ft) (n=1000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sportbiztosításra (balesetbiztosítás sportsérülések esetére)”

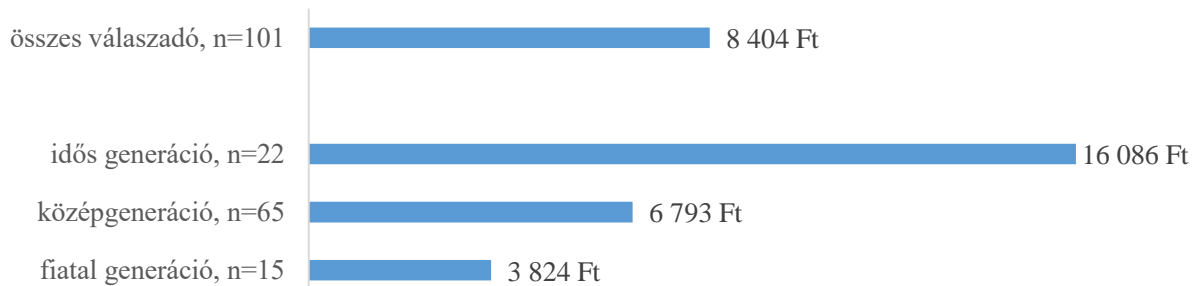


Forrás: Saját szerkesztés

Reprezentatív megkérdezésünkben a sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra való kötésben generációk szerint sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk (96. ábra). Az idős generáció tagjai jelentősen többet, átlagosan 16086 Ft-ot költöttek ebben a kategóriában a kutatást megelőző évben. Őket a középgeneráció tagjai követték, legkevesebbet pedig a fiatal generáció tagjai fizettek ilyen tartalmakra. Ez összhangban van az attitűdállításaink esetén tapasztalt eredményekkel, miszerint az idős generáció tagjai szívesen és nagy mértékben fogyasztják az online sporthoz kapcsolódón tartalmakat.

96. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérellemzés (Ft) (n=1000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra”

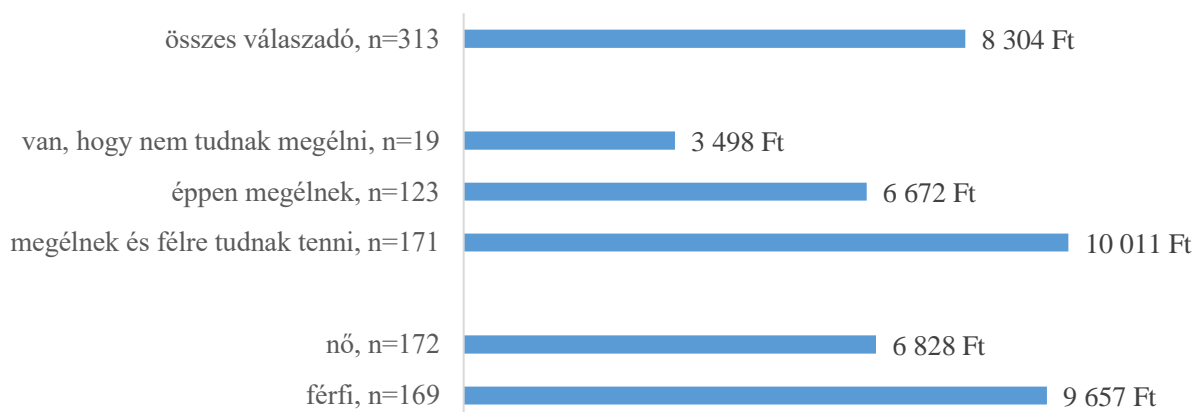


Forrás: Saját szerkesztés

Érdekes, hogy a 3000 fős mintánkban nem sikerült generációk szerint szignifikáns különbségeket kimutatni a sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra fizetett összegek esetén, de sikerült ugyanez jövedelmi helyzet és nemek szerint (97. ábra). Nem meglepő módon a legjobb anyagi helyzetben lévő csoport költött leginkább a kutatást megelőző évben sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra, átlagosan 10011 Ft-ot. A legalacsonyabb átlagot, 3498 Ft-ot a legrosszabb anyagi helyzetű csoport esetén tapasztaltuk. Nemek szerint a férfiak fizettek többet ebben a kategóriában, átlagosan 9657 Ft-ot, ami felülmúlja a nők esetén tapasztalt 6828 Ft-os átlagot.

97. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérellemzés (Ft) (n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra”



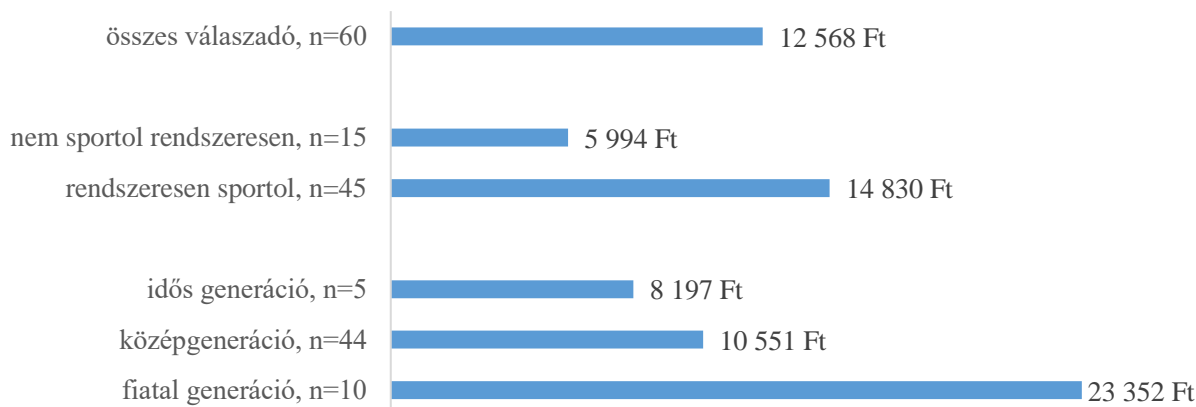
Forrás: Saját szerkesztés

A sporttal kapcsolatos ajándéktárgyak esetén csak a reprezentatív mintánkban tudtunk szignifikáns különbségeket kimutatni. Ezt a 98. ábra foglalja össze. A rendszeresen sportoló válaszadóink a kutatást megelőző évben átlagosan majdnem a háromszorosát költötték ilyen ajándéktárgyra, mint azok, akik nem sportolnak rendszeresen. Generációk szerint a fiatal generáció tagjai költöttek átlagosan többet sporttal kapcsolatos ajándéktárgyra, mint a

középgeneráció és az idős generáció tagjai. A sporttal kapcsolatos ajándéktárgyak esetén kimutatott különbségek ismételten inkább csak tájékoztató jellegűek az alacsony elemszámok miatt.

98. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelvezés (Ft) (n=1000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sporttal kapcsolatos ajándéktárgyra”

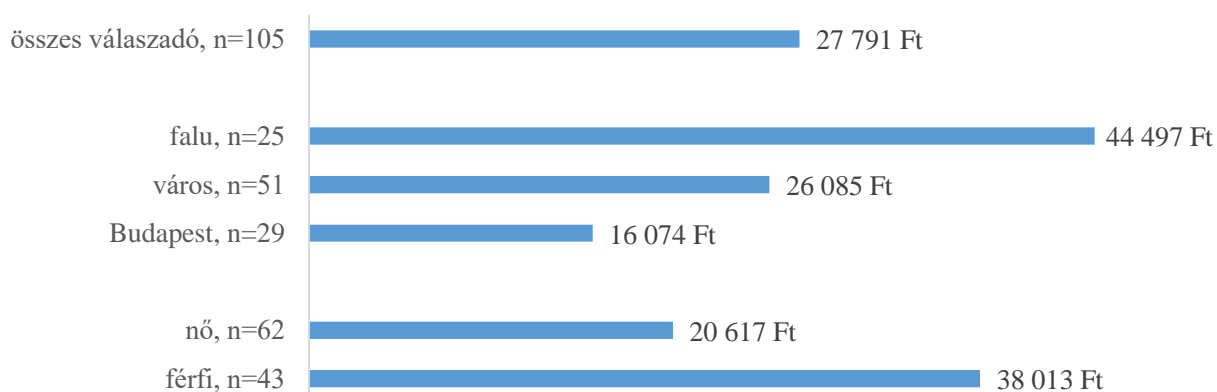


Forrás: Saját szerkesztés

Táplálékkiegészítők esetén csak az 1000 fős reprezentatív mintánkban sikerült szignifikáns különbségeket feltárni egyes demográfiai csoportok szerint. A 99. ábrán látható, hogy a falusiak 44497 Ft-os költése táplálékkiegészítőkre felülmúlta a városiak 26085 Ft-os és a budapestiek 16074 Ft-os átlagát. Némek szerint a férfiak átlagosan majdnem dupla annyit költenek táplálékkiegészítőkre, mint a nők.

99. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelvezés (Ft) (n=1000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.)”



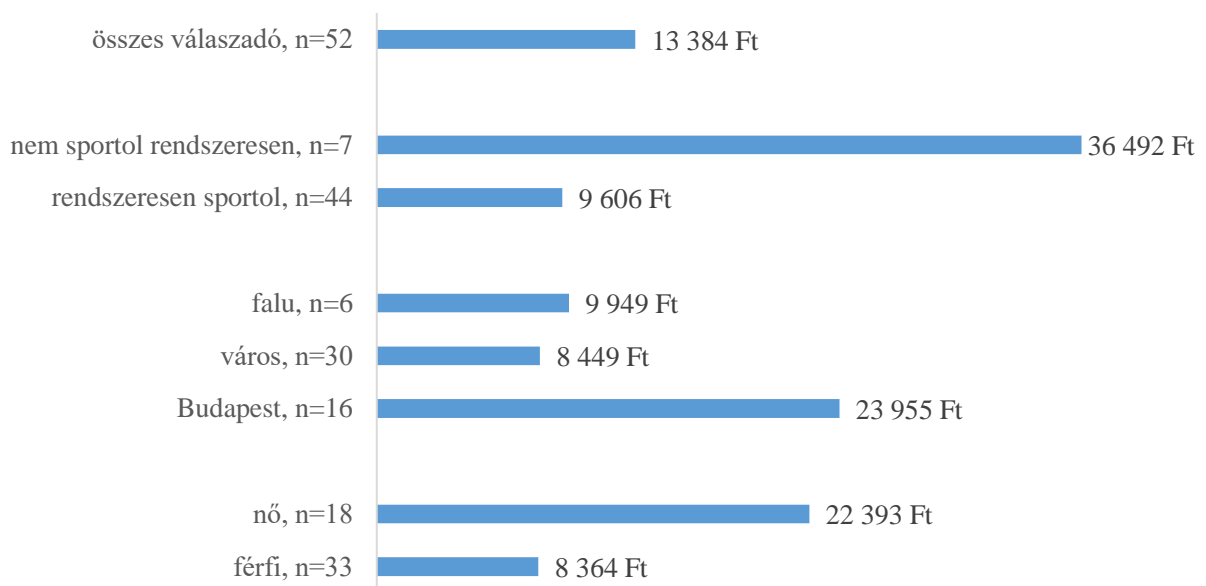
Forrás: Saját szerkesztés

A sportverseny nevezési díj vizsgálata során ismételten csak az 1000 fős reprezentatív mintánkban tudtunk szignifikáns különbségeket feltárni. Ennek eredményeit a 100. ábra foglalja össze. Sportolási rendszeresség szerint látszólag ellentmondásos eredményeket

kaptunk, mivel nem sportoló válaszadóink átlaga jelentősen felülmúlja rendszeresen sportoló válaszadóink átlagát. Ha megnézzük azonban a válaszadók számosságát, akkor látható, hogy átlagban lehet, hogy többet költöttek nem sportoló válaszadóink ebben a kategóriában, viszont ők nagyon kevesen vannak. Költségük oka lehet, hogy nem is saját maguk számára fizették be a nevezési díjat, hanem rendszeresen sportoló párjuknak vagy gyerekeknek. Településtípus szerint a budapestiek fizettek átlagosan többet sportverseny nevezésre, ami meghaladja a városiak és a falusiak átlagát. Nemek szerint a nők átlagosan többet áldoztak, mint a férfiak sportverseny nevezési díjra, átlagosan 22393 Ft-ot. A férfiak 8364 Ft-os átlaga ettől jócskán elmarad.

100. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmzés (Ft) (n=1000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sportverseny nevezésre (nevezési díj)”

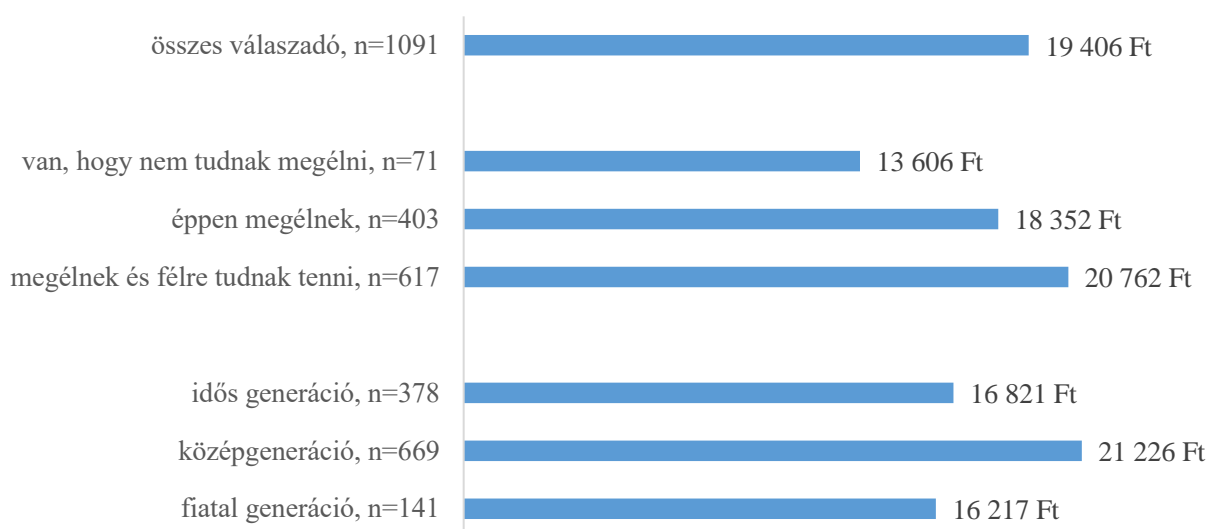


Forrás: Saját szerkesztés

A sportcipőre való költés esetén szignifikáns különbségeket csak a 3000 fős nem reprezentatív megkérdezésünkben tudtunk kimutatni, az 1000 fős reprezentatívban nem. Eszerint nem meglepő módon minél jobb anyagi helyzetben van valaki, annál többet költ átlagosan sportcipőre egy évben (101. ábra). Azok, akik megélnék és félre is tudnak tenni, nem csak számosságukban, de átlagban is jelentősen felülmúlták a másik két vizsgált kategóriát a rájuk jellemző 20762 Ft-os értékkel. Generációk szerint a középgeneráció az, akik közül a legtöbben és a legmagasabb összegeket költötték 21266 Ft-os átlaggal a kutatást megelőző évben sportcipőre.

101. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmzés (Ft) (n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sportcipőre”

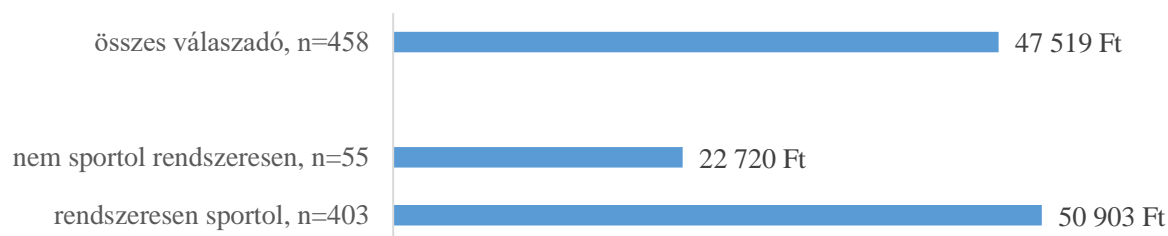


Forrás: Saját szerkesztés

Sportklub, fitneszterem tagdíjra és bérletre szintén csak a 3000 fős nem reprezentatív mintánkban tudtunk szignifikáns különbségeket kimutatni. Nem meglepő módon azok, akik rendszeresen sportolnak, jelentősen többen vannak és többet is költenek ebben a kategóriában, mint akik nem sportolnak rendszeresen (102. ábra). Ami érdekes, hogy vannak, akik nem sportolnak, mégis költenek erre. Ennek több oka is lehet. Hasonlóan a sportverseny nevezési díjhoz, lehetséges, hogy egyesek a rendszeresen sportoló párjuknak vagy a gyereküknek fizetik be a tagdíjat vagy a bérletet. Mások esetén az is oka lehet ennek, hogy abbahagyták a sportolást, de a sportklubjukban még fizetik a tagdíjat, mert a közösség részei akarnak maradni. Vagy egyszerűen bíznak abban, hogy később újakezdi majd a sportolást és nem akarják ismét befizetni a sportklubokban a felvételi díjat, ami sok esetben többszöröse az éves tagdíjnak.

102. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmzés (Ft) (n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sportklub, fitneszterem stb., tagdíjra, bérletre”



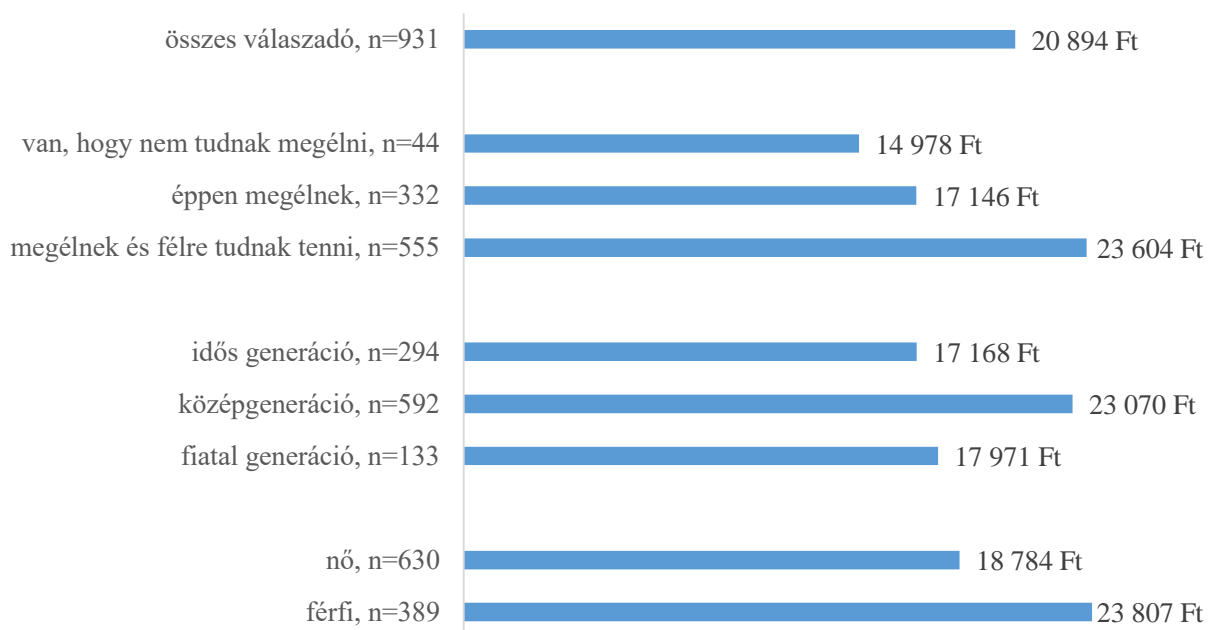
Forrás: Saját szerkesztés

A sportruházatra való költésben ismételen csak a nem reprezentatív mintánkban tudtunk szignifikáns különbségeket kimutatni. Ennek eredményeit a 103. ábra foglalja össze. Várható módon azok, akik megélnék és félre is tudnak tenni, sokkal többen és átlagosan többet is költenek sportruházatra, mint a náluk rosszabb anyagi helyzetű csoportok. Generációk szerint

a sportcipőkhöz hasonlóan a középgeneráció tagjai között vannak a legtöbben, akik költenek sportruházatra és 23070 Ft-os átlaguk jócskán felülmúlja a másik két generáció átlagát. A különbség okai között egyértelműen megjelenik, hogy a középgeneráció tagjai azok, akiknek a legnagyobb arányban van gyereke, így az ő számukra is kell sportcipőt és sportruházatot vásárolniuk. Nemek szempontjából a férfiak átlagosan 23807 Ft-ot költöttek a kutatást megelőző évben sportruházatra, ami magasabb, mint a nők esetén tapasztalható 18784 Ft-os átlag.

103. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés – háttérelmzés (Ft) (n=3000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre? Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg! - sportruházatra”



Forrás: Saját szerkesztés

4. Korrespondencia elemzés

Kutatásunkban kíváncsiak voltunk arra, hogy a különböző sportoló típusokhoz milyen tulajdonságokat kapcsolnak a válaszadók. Ehhez 7 különböző sportoló típus és 20 különböző tulajdonság esetén kértük a válaszadókat, hogy értékeljék, szerintük melyik tulajdonság melyik sportoló típusra jellemző (megengedve a több választás lehetőségét). A válaszadók értékelésének gyakoriságát a két mintára külön lebontva a 2. fejezet 4-6. táblázataiban már összefoglaltuk, de a könnyebb áttekintés érdekében itt ismét felidézzük, három táblába szerkesztve az eredményeket (8-10. táblázatok).

8. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000 és n=3000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	hobbi, szabadidős sportoló (1000 fős minta)	hobbi, szabadidős sportoló (3000 fős minta)	egyéni profi sportoló (1000 fős minta)	egyéni profi sportoló (3000 fős minta)	csapatban profi sportoló (1000 fős minta)	csapatban profi sportoló (3000 fős minta)
kreativitás	42,3%	39,2%	17,4%	16,3%	16,8%	18,9%
gazdagság, pénz	16,5%	15,0%	43,2%	46,5%	29,4%	34,0%
férfi	33,9%	32,2%	39,9%	36,5%	40,4%	38,3%
nagyra becsülés	13,5%	12,8%	47,1%	52,6%	40,8%	44,2%
nő	54,5%	55,5%	44,7%	42,8%	40,2%	41,6%
új dolgok kipróbálója	42,1%	41,1%	13,1%	12,9%	7,9%	7,4%
fiatal	37,8%	34,1%	38,2%	38,5%	33,9%	35,0%
odafigyel másokra	28,0%	30,1%	13,6%	13,5%	60,6%	63,6%
alázatos, szerény, visszafogott	33,1%	33,7%	24,1%	22,6%	20,0%	21,5%
tradicionális/hagyománykövető	26,9%	27,6%	27,3%	28,0%	29,3%	29,8%
szabad	62,6%	63,2%	17,4%	17,4%	6,8%	7,5%
lassú	26,8%	27,0%	5,8%	3,9%	3,3%	3,5%
sikerés, elismert	12,8%	10,5%	65,2%	68,5%	51,5%	57,8%
gyors	17,3%	14,9%	46,0%	47,3%	37,6%	41,4%
kalandok, érdekes élet	29,5%	26,5%	16,1%	15,7%	16,1%	15,0%
tisztelet	22,0%	22,6%	48,2%	51,7%	45,1%	48,7%
becsületes	36,6%	40,0%	38,9%	38,7%	37,3%	39,4%
modern	19,8%	19,9%	15,6%	14,4%	15,4%	13,4%
jól érzi magát	65,1%	71,5%	36,1%	36,5%	36,3%	38,7%
öröm	64,9%	70,6%	39,4%	40,7%	40,3%	42,2%

Forrás: Saját szerkesztés

9. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000, n=3000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	szellemi sportoló (1000 fős minta)	szellemi sportoló (3000 fős minta)	e-sportot űző (1000 fős minta)	e-sportot űző (3000 fős minta)	technikai sportot űző (1000 fős minta)	technikai sportot űző (3000 fős minta)
kreativitás	31,0%	37,3%	17,0%	17,1%	21,5%	25,8%
gazdagság, pénz	9,2%	7,8%	13,3%	12,8%	19,9%	22,7%
férfi	24,3%	25,0%	28,5%	29,8%	35,6%	42,0%
nagyra becsülés	22,8%	24,4%	8,5%	8,5%	19,0%	20,4%
nő	32,1%	31,7%	20,5%	19,5%	21,9%	20,9%
új dolgok kipróbálója	12,5%	14,6%	19,2%	21,2%	19,9%	25,3%
fiatal	23,7%	19,4%	39,1%	38,5%	28,8%	30,8%

odafigyel másokra	15,1%	16,5%	10,3%	10,3%	17,5%	17,0%
alázatos, szerény, visszafogott	27,0%	27,7%	9,3%	8,0%	12,4%	9,6%
tradicionális/hagyománykövető	19,5%	22,1%	5,9%	4,1%	12,1%	12,1%
szabad	16,4%	19,7%	15,4%	16,4%	12,1%	12,2%
lassú	25,9%	24,6%	11,6%	9,5%	7,1%	4,8%
sikeres, elismert	22,4%	22,6%	14,1%	12,8%	25,5%	27,3%
gyors	12,6%	11,5%	14,2%	14,4%	31,2%	36,5%
kalandok, érdekes élet	9,1%	9,0%	11,1%	10,0%	20,3%	25,0%
tisztelet	29,5%	34,1%	13,4%	13,0%	22,6%	23,6%
becsületos	33,2%	37,4%	20,3%	21,2%	24,6%	25,1%
modern	16,6%	15,5%	48,4%	51,0%	29,7%	35,3%
jól érzi magát	33,0%	35,8%	31,6%	33,3%	30,0%	33,1%
öröm	34,6%	37,9%	32,1%	34,3%	33,1%	35,9%

Forrás: Saját szerkesztés

10. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolódó tulajdonságok (n=1000, n=3000)
„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok? Jelezze, hogy melyik jellemző melyik sportoló típushoz illeszkedik!”

	extrém sportoló (1000 fős minta)	extrém sportoló (3000 fős minta)	egyikre sem jellemző (1000 fős minta)	egyikre sem jellemző (3000 fős minta)
kreativitás	25,6%	26,6%	13,5%	12,2%
gazdagság, pénz	30,7%	32,1%	16,1%	13,4%
férfi	47,8%	49,1%	16,9%	19,5%
nagyra becsülés	23,6%	26,2%	17,8%	17,0%
nő	23,8%	22,1%	18,9%	19,8%
új dolgok kipróbálója	52,4%	54,4%	12,4%	10,4%
fiatal	42,7%	46,3%	13,8%	13,2%
odafigyel másokra	16,4%	14,2%	15,4%	14,3%
alázatos, szerény, visszafogott	8,6%	7,2%	24,1%	26,6%
tradicionális/hagyománykövető	6,5%	4,7%	29,4%	27,8%
szabad	32,0%	34,4%	12,7%	12,1%
lassú	2,8%	2,5%	37,3%	43,0%
sikeres, elismert	28,0%	27,3%	13,1%	11,3%
gyors	41,3%	40,2%	14,9%	14,4%
kalandok, érdekes élet	64,8%	70,8%	12,1%	10,7%
tisztelet	25,2%	25,0%	18,0%	15,7%
becsületos	23,7%	24,2%	22,3%	21,5%
modern	38,7%	44,4%	14,2%	13,0%
jól érzi magát	38,8%	40,8%	13,0%	10,6%
öröm	41,7%	43,0%	14,2%	10,6%

Forrás: Saját szerkesztés

Eredményeink elemzése érdekében korrespondencia analízist végeztünk, hogy megállapíthassuk, melyik tulajdonság melyik sportoló típusokhoz kapcsolódik leginkább. A

korrespondencia elemzés során az 1000 fős reprezentatív és a 3000 fős nem reprezentatív mintát külön kezeltük. Ennek megfelelően két különböző észlelési térképet kaptunk, amik a 104. és a 105. ábrákon láthatók. A korrespondencia elemzések érvényességét Chi-négyzet próbával vizsgáltuk. A szignifikancia szint mindkét esetben 0,00 volt, amely érték belül van a 0,05-ös határértéken, így megállapítható, hogy az inercia értéke szignifikánsan különbözik a 0-tól, és a két vizsgált ismérv összefügg. Az észlelési térképek alapján a különböző sportoló típusok és a hozzájuk kapcsolódó tulajdonságok csoportokba rendezhetők, a lassú, a gyors és a tradicionális/hagyománykövető tulajdonságokat azonban nem tudtuk egyetlen csoportba sem besorolni. A lassút egyik sportoló típusra sem tartották jellemzőnek, míg a gyors tulajdonságot általánosan párosították három különböző típushoz is. Az általunk kijelölt csoportok az észlelési térképen pirossal karikázva láthatók.

104. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép (n=1000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”



Forrás: Saját szerkesztés

105. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép (n=3000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”



Forrás: Saját szerkesztés

A két különböző minta észlelési térképei nagyon hasonlóak, így ezek szöveges elemzését párhuzamosan mutatjuk be, kiemelve az enyhe különbözőségeket. Mindkét megkérdezés alapján a *csapatban profi sportolók* és az *egyéni sportolók* észlelése a vizsgált tulajdonságok esetében nagyon közel helyezkedik el egymáshoz. Ennek jelentése, hogy a válaszadók megegyező tulajdonságokkal azonosították a két típushoz, azaz a *csapatban profi sportolók* és az *egyéni profi sportolók* észlelése csak minimálisan különbözik egymástól. Emiatt a 104. és 105. ábrán látható módon azonos csoportba soroltuk őket mindkét minta eredményei alapján. Esetükben az odafigyel másokra, a tisztelet, a nagyrabecsülés, a sikeres/elismert és a gazdagság, pénz tulajdonságok felülreprezentáltak a minta átlagához képest, ezeket tartják a megkérdezettek nagyobb arányban jellemzőnek erre a két sportoló típusra.

A *szellemi sportoló* jól elkülönül a többi vizsgált típustól. Mindkét minta esetén egyértelműen az alázatos, a szerény, a visszafogott, a nő és a becsületes tulajdonságokkal sorolható azonos

csoportba. A *hobby, szabadidős sportoló* szintén markánsan különálló csoportként értelmezhető a szabad, a kreativitás, a jól érzi magát és az öröm tulajdonságokkal összekapcsolódva.

A *technikai sportot űző, az e-sportot űző és az extrém sportoló* az észlelési térképen egymáshoz közelebb helyezkednek el, igaz nem annyira, mint ahogy azt a *csapatban és az egyéni profi sportoló* esetén tapasztaltuk. Emiatt a három sportoló típus végül három különböző csoportba került.

Az *extrém sportolót* a reprezentatív megkérdezésünk válaszadói főként a modern, a kalandok, az érdekes élet és az új dolgok kipróbálójá tulajdonságokkal azonosították. Nem reprezentatív megkérdezésünk eredményeiben azonban az új dolgok kipróbálójá, mint tulajdonság már kevésbé jellemző erre a sportoló típusra. A *technikai sportot űző* mindkét mintánkban a férfi és a fiatal tulajdonságokkal kapcsolódott össze leginkább. Ez a kapcsolódás mindkét esetben egyértelmű, mivel az észlelési térképeken a két tulajdonság nagyon közel helyezkedik el a *technikai sportot űzőhöz*. Az *e-sportoló* esetén nagyobb különbségek tapasztalhatók a két minta eredményei között. A 3000 fős mintánkban ez a típus egyértelműen kapcsolódik az új dolgok kipróbálójá tulajdonsághoz. Ugyanezen mintánkban besoroltuk az *e-sportolóhoz* a fiatal is jellemző tulajdonságként. Fontos azonban kiemelni, hogy a fiatal a *technikai sportolóhoz* jobban kapcsolódik, de közben az *e-sportot űzőt* is jellemzi. Reprezentatív mintánk eredményei alapján az *e-sportoló* tulajdonságokhoz való kapcsolódása kevésbé egyértelmű, mivel az összes rá jellemző tulajdonság valamely másik sportolói típus csoportjába is beletartozik. Ezen mintánkban az *e-sportot űzőre* jellemző a modern, a fiatal, az öröm és a jól érzi magát. Fontos kiemelni, hogy ezek a tulajdonságok tőle relatív távol helyezkednek el az észlelési térképen, vagyis a kapcsolódás mértéke kevésbé erőteljes, azonban nincsenek hozzá közelebb álló tulajdonságok, amivel jobban kapcsolódna. Ennek jelentése, hogy a megkérdezettek kevésbé tudták jellemezni ezt a típust a megadott tulajdonságokkal. Ez következhet abból is, hogy kevesen ismerik az e-sportot, mint sportágat, de abból is, hogy sokan nem fogadják el tényleges sportként.

Értelemzve a sportolói típusok közötti távolságokat a korrespondencia térképeken egyértelmű, hogy a *csapatban profi sportolók és az egyéni profi sportolók* észlelése nagyon hasonlít egymásra. A válaszadók számára a két csoport majdhogynem azonosnak tekinthető a vizsgált tulajdonságok szerint. Egemáshoz képest érthető módon az *extrém sportoló a szellemi sportolóhoz* képest mutatja a legnagyobb eltérés az észlelésben. Ezek a térképeken relatív távol helyezkednek el egymástól. Hasonlóan markáns különbség fedezhető fel a *hobby, szabadidős sportoló és a profi sportolók* észlelésében is. Vizsgálatunkban a *szellemi sportoló és a hobby, szabadidős sportoló* külön-külön tekinthetők a legjobban behatárolható sportoló típusoknak mindkét minta alapján, mivel a többi sportoló típustól és egymástól is elkülönülve helyezkednek el. Ezzel szemben a *technikai sportot űző, az e-sportot űző és az extrém sportoló* észlelése nem ennyire tisztán különül el egymástól. Igaz, enyhe különbség mutatkozik a két minta között a távolságok esetén, a típusok közelsége a 3000 fős nem reprezentatív megkérdezésben markánsabban megjelenik. Az 1000 fős reprezentatív mintában távolabb vannak egymástól, viszont több átfedés is tapasztalható közöttük a tulajdonságokban.

5. Összegzés

A tanulmányban a sportfogyasztás egyes témaköreit vizsgáltuk, ezekről közöltük az alapvető eredményeket, a különféle demográfiai hátterek szerinti szignifikáns eltéréseket. Középpontban a sportfogyasztás komplex vizsgálatán túl két különböző online minta összehasonlítása állt. Miután ez egy alaptanulmány, ezért ebben az esetben csupán a főbb összefüggések bemutatása volt a cél, további elemzések, egy-egy homogén témakör mélyebb kifejtése az adatbázisok felhasználásával készülő újabb publikációkban történik. Eredményeink alapján fontosnak tartjuk kiemelni, hogy a reprezentatív és a nem reprezentatív online megkérdezésen alapuló

minták között számos esetben sikerült statisztikai értelemben vett szignifikáns eltéréseket feltárunk. A két különböző online megkérdezésre kapott válaszokban azonban sokszor egymáshoz nagyon hasonló mintázatokat tapasztaltunk. Emiatt a két minta esetén a marketing szempontból levonható következtetések legtöbbször azonosak, mivel a szignifikáns különbségeket csak az arányok enyhe eltolódása okozza, ami a lényegi mondanivalóra viszont nincs hatással. Igaz, a háttérelmézésben a 3000 fős megkérdezés esetén sokkal többször sikerült szignifikáns különbségeket kimutatnunk az egyes demográfiai ismérvek szerint, mint 1000 fős megkérdezésünkben. Ezt azonban a háromszoros válaszadói szám is okozhatta, ami miatt a mintaméretre érzékeny Khí-négyzet próba enyhébb különbségeket is szignifikánsként tudott azonosítani. A két minta reprezentativitási jellemzőiből származó további következmények elemzése az adatbázisok felhasználásával készülő újabb publikációkban történik majd.

Mellékletek

1. melléklet: Sportolási motivációk 1/2 (n=496 és n=1463)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért!”

Állítás	Nem választott	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
A sportban legjobb a versenyzés. (3000 fős minta)	1,8%	31,0%	22,1%	25,6%	11,5%	7,9%
A sportban legjobb a versenyzés. (1000 fős minta)	0,9%	24,0%	21,2%	29,9%	12,1%	11,8%
A sportolással elismertséget váltok ki a környezetemben. (3000 fős minta)	3,1%	19,1%	19,8%	29,1%	18,9%	9,9%
A sportolással elismertséget váltok ki a környezetemben. (1000 fős minta)	1,9%	21,0%	14,1%	29,6%	20,9%	12,6%
A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem. (3000 fős minta)	2,3%	19,8%	21,3%	27,8%	15,7%	13,1%
A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem. (1000 fős minta)	2,1%	19,1%	18,2%	30,9%	16,3%	13,4%
A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani. (3000 fős minta)	2,5%	17,9%	22,3%	28,0%	17,0%	12,3%
A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani. (1000 fős minta)	1,3%	15,8%	19,0%	29,0%	20,8%	14,1%
A szép test eléréséért sportolok. (3000 fős minta)	1,7%	13,6%	16,4%	28,6%	23,0%	16,7%
A szép test eléréséért sportolok. (1000 fős minta)	1,4%	11,7%	11,4%	28,8%	24,1%	22,7%
A sporttal mindig újabb célokat érek el. (3000 fős minta)	1,9%	5,8%	13,5%	30,8%	26,8%	21,1%
A sporttal mindig újabb célokat érek el. (1000 fős minta)	1,2%	6,0%	11,0%	29,0%	29,4%	23,5%
A sportban a játék a legjobb. (3000 fős minta)	2,1%	10,2%	13,5%	28,3%	24,6%	21,4%
A sportban a játék a legjobb. (1000 fős minta)	0,5%	11,4%	12,5%	22,6%	27,6%	25,3%

Forrás: Saját szerkesztés

2. melléklet: Sportolási motivációk 2/2 (n=496 és n=1463)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért!”

Állítás	Nem választott	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
A sport igazi jellemfejlésztés. (3000 fős minta)	2,0%	4,0%	8,1%	29,5%	28,2%	28,2%
A sport igazi jellemfejlésztés. (1000 fős minta)	2,2%	6,7%	10,1%	25,0%	30,0%	25,9%
A sporttal tudok igazán kikapcsolódni. (3000 fős minta)	1,7%	5,8%	10,0%	29,7%	25,6%	27,1%
A sporttal tudok igazán kikapcsolódni. (1000 fős minta)	0,8%	10,2%	9,7%	26,5%	25,9%	27,0%
A sportolással maradhatok csak aktív. (3000 fős minta)	1,5%	2,5%	5,9%	20,3%	31,7%	38,1%
A sportolással maradhatok csak aktív. (1000 fős minta)	1,4%	4,3%	6,9%	20,6%	36,7%	30,2%
A sportolással fogyni (is) akarok. (3000 fős minta)	0,7%	9,7%	8,2%	22,4%	25,8%	33,2%
A sportolással fogyni (is) akarok. (1000 fős minta)	0,9%	13,7%	9,8%	15,9%	27,2%	32,4%
A sport fizikai erőfeszítés. (3000 fős minta)	0,9%	2,7%	4,3%	21,0%	31,4%	39,7%
A sport fizikai erőfeszítés. (1000 fős minta)	0,7%	5,9%	5,5%	17,0%	33,5%	37,4%
A sportolás örömet okoz. (3000 fős minta)	1,5%	2,2%	4,9%	18,2%	28,2%	45,0%
A sportolás örömet okoz. (1000 fős minta)	0,4%	3,9%	4,7%	18,2%	30,4%	42,4%
Az egészségemért sportolok. (3000 fős minta)	1,5%	1,6%	2,0%	11,2%	28,1%	55,6%
Az egészségemért sportolok. (1000 fős minta)	0,8%	2,3%	4,5%	12,9%	28,9%	50,6%

Forrás: Saját szerkesztés

3. melléklet: Attitűdállítások a sportfogyasztás kapcsán (n=1000, n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? Jelölje az 1, ha az adott állítással egyáltalán nem ért egyet, míg az 5, ha teljes mértékben egyetért!”

Állítás	Nem válaszolt	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
A sportolásból élek. (3000 fős minta)	3,6%	86,8%	3,2%	3,5%	1,8%	1,1%
A sportolásból élek. (1000 fős minta)	4,6%	82,2%	4,6%	4,1%	2,4%	2,1%
Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el. (3000 fős minta)	5,1%	73,2%	11,4%	7,2%	1,7%	1,4%
Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el. (1000 fős minta)	5,7%	67,7%	11,7%	9,2%	3,2%	2,5%
A sporthoz kapcsolódik a munkám. (3000 fős minta)	3,8%	84,5%	3,5%	4,6%	1,8%	1,9%
A sporthoz kapcsolódik a munkám. (1000 fős minta)	4,9%	78,7%	5,7%	5,2%	2,9%	2,6%
A sportolás csak fiataloknak való. (3000 fős minta)	2,0%	70,4%	11,3%	11,3%	3,5%	1,5%
A sportolás csak fiataloknak való. (1000 fős minta)	2,2%	68,7%	9,8%	11,3%	5,1%	2,9%
Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek. (3000 fős minta)	4,4%	83,9%	3,8%	4,8%	1,9%	1,2%
Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek. (1000 fős minta)	5,3%	77,2%	6,1%	5,9%	2,6%	3,0%
Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra. (3000 fős minta)	5,2%	71,5%	10,9%	8,2%	2,7%	1,5%
Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra. (1000 fős minta)	5,2%	66,6%	12,4%	9,7%	3,1%	3,0%
Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására. (3000 fős minta)	3,8%	58,6%	17,4%	13,9%	4,0%	2,2%
Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására. (1000 fős minta)	4,1%	56,2%	17,3%	14,1%	5,3%	3,1%
Sokat költök sportolásra. (3000 fős minta)	4,4%	56,4%	19,9%	13,0%	4,2%	2,1%
Sokat költök sportolásra. (1000 fős minta)	4,6%	56,0%	18,9%	12,5%	4,5%	3,4%

Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl. (3000 fős minta)	4,7%	47,2%	19,4%	19,2%	5,7%	3,8%
Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl. (1000 fős minta)	6,0%	45,1%	19,0%	18,3%	7,1%	4,4%
A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök. (3000 fős minta)	4,6%	35,2%	23,4%	24,2%	8,1%	4,4%
A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök. (1000 fős minta)	3,5%	36,1%	22,3%	23,5%	9,8%	4,7%

Forrás: Saját szerkesztés

4. melléklet: Sportolási motivációk - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal- Az egészségemért sportolok.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=558	1,3%	2,9%	12,2%	33,3%	50,4%
nő, n=883	1,9%	1,5%	10,9%	25,5%	60,2%
alapfokú, n=137	5,1%	2,9%	16,1%	25,5%	50,4%
középfokú, n=684	1,6%	2,3%	12,4%	27,9%	55,7%
felsőfokú, n=620	1,0%	1,5%	9,2%	29,8%	58,5%
Budapest, n=413	0,7%	2,9%	8,7%	31,7%	55,9%
város, n=777	2,2%	1,2%	11,7%	27,9%	57,0%
falu, n=251	1,6%	3,2%	14,7%	25,1%	55,4%
fiatal generáció, n=213	1,9%	3,8%	18,8%	30,5%	45,1%
középgeneráció, n=791	1,3%	1,8%	11,8%	31,6%	53,6%
idős generáció, n=437	2,3%	1,6%	7,1%	22,0%	67,0%
megélnék és félre tudnak tenni, n=734	1,1%	1,2%	9,4%	30,2%	58,0%
éppen megélnék, n=472	1,5%	3,0%	11,0%	29,2%	55,3%
van, hogy nem tudnak megélni, n=88	5,7%	2,3%	14,8%	22,7%	54,5%
összes válaszadó, n=1441	1,7%	2,0%	11,4%	28,5%	56,4%

Forrás: Saját szerkesztés

5. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolás csak fiataloknak való.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1123	67,3%	13,9%	12,9%	3,7%	2,2%
nő, n=1816	74,6%	10,1%	10,6%	3,5%	1,2%
alapfokú, n=315	66,3%	11,7%	15,6%	3,8%	2,5%
középfokú, n=1474	72,7%	10,1%	12,3%	3,5%	1,4%
felsőfokú, n=1150	72,3%	13,3%	9,3%	3,7%	1,5%
fiatal generáció, n=351	70,9%	12,3%	11,4%	3,4%	2,0%
középgeneráció, n=1548	73,7%	11,9%	10,4%	3,1%	0,9%
idős generáció, n=1040	69,3%	10,8%	13,2%	4,3%	2,4%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1322	73,5%	11,3%	9,8%	3,9%	1,4%
éppen megélnék, n=1076	71,5%	11,9%	12,3%	3,0%	1,4%
van, hogy nem tudnak megélni, n=247	64,8%	11,3%	15,8%	4,5%	3,6%
rendszeresen sportol, n=1452	79,0%	9,9%	7,5%	2,1%	1,4%
nem sportol rendszeresen, n=1487	64,8%	13,1%	15,4%	5,0%	1,7%
összes válaszadó, n=2645	71,9%	11,6%	11,3%	3,6%	1,6%

Forrás: Saját szerkesztés

6. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sportolásra.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=466	53,0%	23,6%	14,2%	5,8%	3,4%
nő, n=487	64,3%	16,2%	12,1%	3,7%	3,7%
alapfokú, n=460	63,9%	18,5%	8,9%	4,1%	4,6%
középfokú, n=314	57,3%	16,9%	17,8%	5,1%	2,9%
felsőfokú, n=179	48,0%	28,5%	15,6%	5,0%	2,8%
Budapest, n=172	53,5%	19,8%	15,1%	7,6%	4,1%
város, n=501	58,1%	21,4%	14,4%	4,2%	2,0%
falu, n=280	63,6%	17,1%	9,6%	3,6%	6,1%
fiatal generáció, n=227	53,3%	17,2%	18,5%	6,6%	4,4%
középgeneráció, n=572	61,9%	18,9%	11,0%	4,0%	4,2%
idős generáció, n=156	55,1%	26,9%	12,8%	4,5%	0,6%
megélnék és félre tudnak tenni, n=409	50,9%	21,3%	15,6%	7,6%	4,6%
éppen megélnék, n=326	66,0%	17,2%	12,0%	2,5%	2,5%
van, hogy nem tudnak megélni, n=119	72,3%	16,8%	6,7%	2,5%	1,7%
rendszeresen sportol, n=488	37,5%	27,5%	21,3%	7,6%	6,1%
nem sportol rendszeresen, n=467	80,9%	11,8%	4,7%	1,5%	1,1%
összes válaszadó, n=955	58,7%	19,8%	13,2%	4,6%	3,7%

Forrás: Saját szerkesztés

7. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sportolásra.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1097	53,1%	24,3%	16,1%	3,8%	2,6%
nő, n=1772	62,6%	18,6%	12,0%	4,7%	2,0%
alapfokú, n=304	66,8%	11,8%	13,8%	3,6%	3,9%
középfokú, n=1430	61,4%	19,9%	12,5%	4,0%	2,2%
felsőfokú, n=1135	53,9%	24,4%	14,8%	5,1%	1,8%
Budapest, n=766	55,0%	25,6%	12,8%	4,3%	2,3%
város, n=1531	58,5%	20,3%	14,4%	4,6%	2,2%
falu, n=572	65,7%	15,7%	12,2%	4,0%	2,3%
fiatal generáció, n=344	48,5%	21,2%	18,6%	8,7%	2,9%
középgeneráció, n=1538	57,1%	22,0%	14,6%	4,2%	2,1%
idős generáció, n=987	65,7%	18,8%	10,1%	3,1%	2,2%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1301	54,6%	23,2%	15,4%	4,6%	2,2%
éppen megélnék, n=1048	63,5%	19,8%	11,1%	3,7%	1,9%
van, hogy nem tudnak megélni, n=236	70,3%	14,8%	6,4%	5,1%	3,4%
rendszeresen sportol, n=1437	39,3%	28,1%	22,0%	7,2%	3,3%
nem sportol rendszeresen, n=1432	78,8%	13,5%	5,1%	1,5%	1,1%
összes válaszadó, n=2869	59,0%	20,8%	13,6%	4,4%	2,2%

Forrás: Saját szerkesztés

8. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=455	67,5%	14,9%	10,8%	3,3%	3,5%
nő, n=489	75,7%	10,0%	9,0%	3,5%	1,8%
Budapest, n=175	73,7%	11,4%	6,3%	5,1%	3,4%
város, n=493	72,8%	11,4%	11,2%	3,7%	1,0%
falu, n=276	68,1%	14,9%	9,8%	2,2%	5,1%
rendszeresen sportol, n=477	61,4%	15,9%	13,4%	5,0%	4,2%
nem sportol rendszeresen, n=467	82,2%	8,8%	6,2%	1,7%	1,1%
összes válaszadó, n=944	71,7%	12,4%	9,9%	3,4%	2,6%

Forrás: Saját szerkesztés

9. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el.”

Háttérelmezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1093	71,0%	14,7%	9,8%	2,2%	2,3%
nő, n=1755	81,0%	10,3%	6,3%	1,5%	1,0%
alapfokú, n=302	73,5%	9,9%	9,3%	3,6%	3,6%
középfokú, n=1417	77,4%	12,4%	7,1%	1,8%	1,3%
felsőfokú, n=1129	77,8%	12,0%	7,8%	1,3%	1,2%
fiatal generáció, n=333	69,7%	14,4%	10,8%	2,4%	2,7%
középgeneráció, n=1526	75,1%	12,9%	8,3%	2,1%	1,6%
idős generáció, n=989	82,8%	9,7%	5,6%	1,1%	0,8%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1301	75,8%	13,5%	7,2%	2,3%	1,2%
éppen megélnék, n=1048	78,2%	11,1%	7,9%	1,6%	1,1%
van, hogy nem tudnak megélni, n=234	82,5%	8,5%	4,7%	1,3%	3,0%
rendszeresen sportol, n=1420	69,3%	15,6%	10,1%	2,7%	2,3%
nem sportol rendszeresen, n=1428	84,9%	8,3%	5,2%	0,9%	0,6%
összes válaszadó, n=2848	77,1%	12,0%	7,6%	1,8%	1,5%

Forrás: Saját szerkesztés

10. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására.”

Háttérelmezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1093	71,0%	14,7%	9,8%	2,2%	2,3%
nő, n=1755	81,0%	10,3%	6,3%	1,5%	1,0%
alapfokú, n=302	73,5%	9,9%	9,3%	3,6%	3,6%
középfokú, n=1417	77,4%	12,4%	7,1%	1,8%	1,3%
felsőfokú, n=1129	77,8%	12,0%	7,8%	1,3%	1,2%
fiatal generáció, n=333	69,7%	14,4%	10,8%	2,4%	2,7%
középgeneráció, n=1526	75,1%	12,9%	8,3%	2,1%	1,6%
idős generáció, n=989	82,8%	9,7%	5,6%	1,1%	0,8%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1301	75,8%	13,5%	7,2%	2,3%	1,2%
éppen megélnék, n=1048	78,2%	11,1%	7,9%	1,6%	1,1%
van, hogy nem tudnak megélni, n=234	82,5%	8,5%	4,7%	1,3%	3,0%
rendszeresen sportol, n=1420	69,3%	15,6%	10,1%	2,7%	2,3%
nem sportol rendszeresen, n=1428	84,9%	8,3%	5,2%	0,9%	0,6%
összes válaszadó, n=2848	77,1%	12,0%	7,6%	1,8%	1,5%

Forrás: Saját szerkesztés

11. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1113	57,2%	19,1%	15,4%	5,3%	3,0%
nő, n=1772	63,3%	17,4%	13,9%	3,4%	1,9%
alapfokú, n=301	58,8%	15,3%	14,6%	6,0%	5,3%
középfokú, n=1442	61,3%	18,0%	14,6%	4,2%	1,9%
felsőfokú, n=1142	61,1%	18,9%	14,4%	3,6%	2,0%
Budapest, n=775	64,8%	17,3%	13,2%	2,7%	2,1%
város, n=1537	59,1%	19,1%	14,2%	5,1%	2,5%
falu, n=573	60,7%	16,4%	17,1%	3,7%	2,1%
fiatal generáció, n=340	53,5%	22,1%	17,1%	5,3%	2,1%
középgeneráció, n=1538	59,3%	17,4%	16,1%	4,7%	2,4%
idős generáció, n=1007	66,0%	17,8%	11,1%	2,9%	2,2%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1309	60,2%	18,0%	14,7%	5,1%	1,9%
éppen megélnék, n=1060	62,3%	19,0%	14,0%	2,9%	1,9%
van, hogy nem tudnak megélni, n=235	66,8%	14,9%	10,2%	3,0%	5,1%
rendszeresen sportol, n=1431	49,6%	21,3%	20,3%	5,5%	3,4%
nem sportol rendszeresen, n=1454	72,1%	14,9%	8,8%	2,9%	1,2%
összes válaszadó, n=2885	61,0%	18,1%	14,5%	4,2%	2,3%

Forrás: Saját szerkesztés

12. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra.”

Háttérelmezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
alapfokú, n=456	64,9%	16,2%	11,6%	2,6%	4,6%
középfokú, n=311	73,0%	10,6%	10,0%	4,8%	1,6%
felsőfokú, n=179	79,9%	8,9%	7,3%	1,7%	2,2%
Budapest, n=172	74,4%	13,4%	3,5%	4,7%	4,1%
város, n=496	73,2%	11,3%	10,5%	3,2%	1,8%
falu, n=281	62,3%	16,0%	13,9%	2,5%	5,3%
fiatal generáció, n=222	59,5%	17,1%	11,7%	6,8%	5,0%
középgeneráció, n=574	73,0%	11,0%	10,3%	2,6%	3,1%
idős generáció, n=152	75,7%	15,1%	7,2%	1,3%	0,7%
megélnék és félre tudnak tenni, n=406	70,4%	11,1%	9,9%	4,7%	3,9%
éppen megélnék, n=323	68,7%	17,6%	9,3%	1,9%	2,5%
van, hogy nem tudnak megélni, n=120	74,2%	10,8%	11,7%	0,8%	2,5%
rendszeresen sportol, n=481	61,3%	16,0%	12,7%	5,2%	4,8%
nem sportol rendszeresen, n=467	79,7%	9,9%	7,7%	1,3%	1,5%
összes válaszadó, n=949	70,2%	13,1%	10,2%	3,3%	3,3%

Forrás: Saját szerkesztés

13. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmézés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra.”

Háttérelmézési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1101	72,5%	11,6%	9,6%	3,9%	2,4%
nő, n=1743	77,3%	11,4%	8,0%	2,2%	1,1%
alapfokú, n=303	68,3%	11,9%	10,2%	5,6%	4,0%
középfokú, n=1426	74,8%	11,9%	9,0%	2,9%	1,5%
felsőfokú, n=1115	78,3%	10,8%	7,7%	2,1%	1,2%
fiatal generáció, n=342	66,7%	11,7%	13,2%	5,8%	2,6%
középgeneráció, n=1524	75,9%	10,4%	9,1%	3,0%	1,7%
idős generáció, n=978	77,9%	13,1%	6,2%	1,6%	1,1%
rendszeresen sportol, n=1409	67,4%	13,7%	12,1%	4,2%	2,6%
nem sportol rendszeresen, n=1435	83,3%	9,3%	5,2%	1,5%	0,6%
összes válaszadó, n=2844	75,5%	11,5%	8,6%	2,8%	1,6%

Forrás: Saját szerkesztés

14. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=1000)
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolásból élek.”

Háttérelmezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
alapfokú, n=461	83,5%	6,7%	5,2%	1,5%	3,0%
középfokú, n=313	86,3%	3,8%	4,2%	4,5%	1,3%
felsőfokú, n=180	92,2%	1,7%	2,2%	2,2%	1,7%
Budapest, n=175	87,4%	2,3%	1,1%	5,1%	4,0%
város, n=500	87,2%	4,4%	5,6%	2,0%	0,8%
falu, n=280	82,9%	7,5%	3,9%	1,8%	3,9%
fiatal generáció, n=225	78,7%	7,1%	8,9%	2,2%	3,1%
középgeneráció, n=573	87,3%	4,0%	3,5%	3,1%	2,1%
idős generáció, n=156	92,3%	4,5%	0,6%	0,6%	1,9%
megélnék és félre tudnak tenni, n=407	83,3%	5,9%	4,2%	4,2%	2,5%
éppen megélnék, n=326	91,4%	2,1%	4,3%	0,9%	1,2%
van, hogy nem tudnak megélni, n=118	87,3%	4,2%	4,2%	0,8%	3,4%
rendszeresen sportol, n=481	80,5%	6,7%	5,0%	4,4%	3,5%
nem sportol rendszeresen, n=473	91,8%	3,0%	3,8%	0,6%	0,8%
összes válaszadó, n=955	86,0%	4,9%	4,3%	2,5%	2,3%

Forrás: Saját szerkesztés

15. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmézés (n=3000)
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sportolásból élek.”

Háttérelmézési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1107	87,2%	4,1%	5,3%	2,1%	1,4%
nő, n=1785	91,8%	2,8%	2,6%	1,7%	1,1%
alapfokú, n=306	84,6%	4,2%	4,9%	3,9%	2,3%
középfokú, n=1448	90,4%	3,4%	3,7%	1,4%	1,1%
felsőfokú, n=1138	91,0%	2,9%	3,3%	1,8%	1,0%
fiatal generáció, n=343	79,3%	6,1%	8,7%	4,1%	1,7%
középgeneráció, n=1539	89,1%	3,5%	4,0%	2,0%	1,3%
idős generáció, n=1010	95,0%	2,0%	1,4%	0,8%	0,8%
rendszeresen sportol, n=1428	86,2%	4,4%	4,9%	2,7%	1,8%
nem sportol rendszeresen, n=1464	93,8%	2,2%	2,5%	1,0%	0,5%
összes válaszadó, n=2892	90,0%	3,3%	3,7%	1,8%	1,2%

Forrás: Saját szerkesztés

16. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
Budapest, n=175	80,6%	7,4%	4,0%	3,4%	4,6%
város, n=496	84,5%	5,8%	5,4%	2,8%	1,4%
falu, n=277	76,5%	6,9%	9,0%	2,2%	5,4%
fiatal generáció, n=222	72,5%	13,5%	8,1%	1,4%	4,5%
középgeneráció, n=571	82,3%	4,6%	6,5%	3,7%	3,0%
idős generáció, n=154	90,9%	3,2%	2,6%	1,3%	1,9%
rendszeresen sportol, n=478	74,9%	9,2%	7,1%	4,2%	4,6%
nem sportol rendszeresen, n=468	88,5%	3,4%	5,1%	1,3%	1,7%
összes válaszadó, n=948	81,4%	6,4%	6,2%	2,7%	3,2%

Forrás: Saját szerkesztés

17. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmézés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.”

Háttérelmézési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1104	84,6%	5,0%	6,7%	2,6%	1,1%
nő, n=1765	89,7%	3,3%	4,0%	1,6%	1,3%
alapfokú, n=302	81,8%	3,0%	10,3%	3,6%	1,3%
középfokú, n=1433	87,7%	4,7%	4,5%	1,6%	1,5%
felsőfokú, n=1134	89,4%	3,4%	4,3%	2,0%	0,9%
Budapest, n=769	89,7%	3,8%	4,0%	2,0%	0,5%
város, n=1532	87,7%	4,0%	4,8%	2,3%	1,2%
falu, n=568	85,4%	4,0%	7,2%	1,2%	2,1%
fiatal generáció, n=337	75,1%	8,0%	11,0%	4,5%	1,5%
középgeneráció, n=1530	87,1%	4,1%	5,6%	1,8%	1,4%
idős generáció, n=1002	93,1%	2,4%	2,3%	1,4%	0,8%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1297	88,5%	3,8%	3,9%	3,0%	0,8%
éppen megélnék, n=1062	88,0%	4,6%	5,4%	0,8%	1,2%
van, hogy nem tudnak megélni, n=236	86,4%	4,2%	3,8%	1,7%	3,8%
rendszeresen sportol, n=1421	83,5%	5,3%	6,5%	3,2%	1,5%
nem sportol rendszeresen, n=1448	91,9%	2,7%	3,6%	0,8%	1,0%
összes válaszadó, n=2869	87,8%	4,0%	5,1%	2,0%	1,2%

Forrás: Saját szerkesztés

18. melléklet: Attitűdállítások - háttérelvezés (n=1000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódik a munkám.”

Háttérelvezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
Budapest, n=172	82,0%	4,1%	5,8%	6,4%	1,7%
város, n=498	84,3%	5,6%	5,8%	2,4%	1,8%
falu, n=278	80,9%	7,6%	4,7%	2,2%	4,7%
fiatal generáció, n=223	76,2%	9,0%	8,1%	3,1%	3,6%
középgeneráció, n=575	83,1%	5,2%	5,4%	3,3%	3,0%
idős generáció, n=153	91,5%	4,6%	1,3%	2,0%	0,7%
megélnék és félre tudnak tenni, n=409	80,2%	6,4%	5,4%	5,1%	2,9%
éppen megélnék, n=324	87,3%	5,9%	4,9%	0,9%	0,9%
van, hogy nem tudnak megélni, n=117	80,3%	6,0%	6,0%	1,7%	6,0%
rendszeresen sportol, n=479	76,2%	8,1%	5,6%	5,6%	4,4%
nem sportol rendszeresen, n=473	89,2%	3,8%	5,3%	0,6%	1,1%
összes válaszadó, n=952	82,7%	6,0%	5,5%	3,2%	2,7%

Forrás: Saját szerkesztés

19. melléklet: Attitűdállítások - háttérelmezés (n=3000)

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? - A sporthoz kapcsolódik a munkám.”

Háttérelmezési szempont	Egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	Teljes mértékben egyetért
férfi, n=1105	84,3%	4,9%	5,8%	2,4%	2,5%
nő, n=1782	90,0%	2,8%	4,1%	1,5%	1,6%
fiatal generáció, n=340	77,6%	6,2%	10,0%	3,5%	2,6%
középgeneráció, n=1539	86,0%	4,2%	5,5%	1,9%	2,4%
idős generáció, n=1008	94,0%	1,9%	1,8%	1,2%	1,1%
rendszeresen sportol, n=1424	82,6%	4,8%	6,7%	2,8%	3,2%
nem sportol rendszeresen, n=1463	93,0%	2,5%	2,9%	0,9%	0,8%
összes válaszadó, n=2887	87,8%	3,6%	4,7%	1,8%	2,0%

Forrás: Saját szerkesztés

20. melléklet: Egészség - háttérelmezés (n=1000)

„Mennyire tartja egészségesnek önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva?”

Háttérelmezési szempont	Nem választott	Sokkal betegibbnek érzi magát	2	3	4	5	6	7	8	9	Sokkal egészségesebbnek érzi magát
alapfokú, n=492	7,1%	4,3%	3,7%	5,7%	6,9%	23,0%	11,8%	11,6%	13,4%	5,9%	6,7%
középfokú, n=327	3,7%	2,4%	1,2%	3,4%	7,6%	22,0%	11,3%	15,9%	19,6%	5,2%	7,6%
felsőfokú, n=183	3,3%	0,5%	1,6%	6,0%	7,7%	15,3%	13,7%	16,4%	23,5%	6,6%	5,5%
megélnék és félre tudnak tenni, n=418	2,4%	1,4%	1,2%	3,3%	5,0%	18,9%	11,7%	17,7%	21,5%	6,9%	9,8%
éppen megélnék, n=342	5,8%	3,2%	4,4%	4,7%	9,1%	22,8%	13,2%	10,5%	17,0%	4,1%	5,3%
van, hogy nem tudnak megélni, n=125	3,2%	8,8%	3,2%	11,2%	8,0%	26,4%	12,0%	13,6%	6,4%	1,6%	5,6%
rendszeresen sportol, n=495	3,4%	1,2%	1,0%	3,0%	5,7%	16,8%	14,5%	16,2%	22,2%	6,9%	9,1%
nem sportol rendszeresen, n=508	7,1%	4,7%	3,9%	6,9%	8,9%	25,8%	9,4%	11,6%	12,4%	4,7%	4,5%
összes válaszadó, n=1000	5,3%	3,0%	2,5%	5,0%	7,3%	21,3%	12,0%	13,9%	17,2%	5,8%	6,8%

Forrás: Saját szerkesztés

21. melléklet: Egészség - háttérelvezés (n=3000)

„Mennyire tartja egészségesnek önmagát, az Önnel egykorú emberekkel összehasonlítva?”

Háttérelvezési szempont	Nem választott	Sokkal betegebbnek érzi magát	2	3	4	5	6	7	8	9	Sokkal egészségesebbnek érzi magát
alapfokú, n=333	8,4%	3,3%	2,7%	8,4%	5,7%	21,0%	10,8%	9,9%	15,3%	6,0%	8,4%
középfokú, n=1502	4,3%	1,5%	1,4%	5,7%	6,0%	18,6%	12,1%	15,8%	18,4%	7,1%	9,1%
felsőfokú, n=1165	3,4%	0,9%	1,1%	3,6%	5,2%	16,3%	13,9%	17,9%	21,1%	8,2%	8,2%
fiatal generáció, n=356	4,8%	0,8%	2,8%	6,5%	9,6%	16,3%	12,1%	15,2%	18,8%	5,3%	7,9%
középgeneráció, n=1577	5,1%	1,6%	1,1%	4,9%	5,7%	19,2%	13,9%	15,1%	17,2%	6,8%	9,3%
idős generáció, n=1067	3,3%	1,3%	1,4%	5,1%	4,3%	16,7%	11,1%	17,6%	22,1%	9,1%	8,1%
megélnék és félre tudnak tenni, n=1336	2,8%	0,7%	1,1%	3,7%	4,9%	14,3%	13,0%	18,1%	22,4%	9,1%	9,8%
éppen megélnék, n=1093	3,9%	1,3%	1,2%	5,6%	6,4%	21,7%	12,7%	15,1%	18,1%	6,0%	8,0%
van, hogy nem tudnak megélni, n=257	5,8%	5,8%	4,7%	10,9%	8,2%	20,6%	9,7%	10,9%	12,1%	5,8%	5,4%
rendszeresen sportol, n=1463	3,0%	1,2%	1,0%	3,8%	3,9%	12,2%	11,9%	18,0%	22,0%	9,6%	13,4%
nem sportol rendszeresen, n=1537	5,7%	1,6%	1,9%	6,4%	7,4%	23,5%	13,4%	14,1%	16,4%	5,3%	4,2%
összes válaszadó, n=3000	4,4%	1,4%	1,4%	5,2%	5,7%	18,0%	12,7%	16,0%	19,1%	7,4%	8,7%

Forrás: Saját szerkesztés