

**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, beállítódása – országosan reprezentatív személyes
megkérdezés (n=2000) eredményei**

*The attitudes of Hungarian population about sport – results of national
face-to-face surveying (n=2000)*

TÖRŐCSIK MÁRIA

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

CSÓKA LÁSZLÓ

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

Pécs, 2018

Hivatkozás módja:

TÖRŐCSIK, M. – CSÓKA, L. (2018): Sportfogyasztás. A magyar lakosság sportolással, sportfogyasztással kapcsolatos magatartása, beállítódása – országosan reprezentatív személyes megkérdezés eredményei. Kézirat. [Számítógép-fájl].

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

TÖRŐCSIK, M. – CSÓKA, L. (2018): Sport consumption. The attitudes of Hungarian population about sport – results of national face-to-face surveying. Working paper. [Electronic file]. EFOP-3.6.2-16-2017-003, Pécs, PTE KTK, xx. p.

ISBN 978-963-429-351-4

Tartalomjegyzék

1. A tanulmány célkitűzései, kutatási kérdések, módszertan	10
Kutatási kérdések	10
Kutatási módszertan	11
2. Irodalmi előzmények	11
Irodalomjegyzék.....	14
3. Kutatási eredmények.....	17
3.1. Sportolási szokások	18
3.2. Sportolási motivációk.....	23
3.3. Sportok iránti érdeklődés	25
3.4. Sportcélú költségek	28
3.5. Sportcélú utazás.....	32
3.6. Sportolókhoz, sportokhoz kapcsolódó értékelés	35
3.7. Szurkolói magatartás	37
3.8. Életstílus, értékek, életmód	42
4. Háttérelemzések eredményei	51
4.1. Sportolási szokások	52
4.2. Sportolási motivációk.....	58
4.3. Sportok iránti érdeklődés	70
4.4. Sportcélú költségek	108
4.5. Sportcélú utazás.....	112
4.6. Sportolókhoz, sportokhoz kapcsolódó értékelés	114
4.7. Szurkolói magatartás	128
5. Kiemelt elemzések.....	135
Sportágak márkapiramisai.....	135
Korrespondencia elemzés.....	141
6. Összegzés	143
7. Mellékletek	144

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői (n=2000)	17
2. táblázat: Sporthoz kötődő pénzköltés.....	29
3. táblázat: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása	30
4. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok (n=2000)	36
5. táblázat: Egészséggel kapcsolatos állítások	43
6. táblázat: Kapcsolattartás különböző módokon (fő).....	48
7. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok (n=2000)	141

Ábrajegyzék

1. ábra: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések	18
2. ábra: Sportolási rendszeresség (n=2000).....	19
3. ábra: A sportolás hiányának oka (n=2263, összes válasz)	19
4. ábra: A sportolás helye (n=646, összes válasz).....	19
5. ábra: Sportolási rendszeresség (n=441).....	19
6. ábra: Az üzőtt sport szintje (n=433).....	19
7. ábra: Üzőtt sportágak (n=433).....	20
8. ábra: Üzőtt sportágak szófelhője (n=433)	21
9. ábra: Kevésbé rendszeresen üzőtt sportágak szófelhője (n=367, összes válasz)	21
10. ábra: Kevésbé rendszeresen üzőtt sportágak (n=367, összes válasz).....	22
11. ábra: Sportolási indítékok.....	23
12. ábra: A sportolás motivációi	24
13. ábra: Sport iránti érdeklődés (n=1965).....	25
14. ábra: Sportágak ismertségének szófelhője (n=2000)	26
15. ábra: Sportágak ismertsége (n=2000).....	26
16. ábra: Sportágak iránti érdeklődés	26
17. ábra: Tájékozódás sporthírekről (n=2000)	27
18. ábra: Sportágak iránti szimpátia	27
19. ábra: Sportágak üzése.....	28
20. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltségek (fő) (n=2000).....	29
21. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása (a válaszok elemszámokkal súlyozva)	31
22. ábra: Táplálékkiegészítők vásárlása (n=144, összes válasz)	31
23. ábra: Sportruházat vásárlása (n=683, összes válasz).....	31
24. ábra: Sporteszközök, kellékek vásárlása (n=257, összes válasz)	32
25. ábra: Sporttal kapcsolatos ajándéktárgyak vásárlása (n=47, összes válasz)	32
26. ábra: Sportcélú utazás (n=2000).....	32
27. ábra: Magyarországi sportcélú utazás (n=257)	32
28. ábra: Utazási gyakoriság Magyarországon (n=257).....	33
29. ábra: A magyarországi sporttal kapcsolatos utazások célja (n=283, összes válasz)	33
30. ábra: Külföldi sportcélú utazás (n=257).....	34
31. ábra: Utazási gyakoriság külföldre (n=257).....	34
32. ábra: A külföldi sporttal kapcsolatos utazások célja (n=51, összes válasz)	34
33. ábra: Sportcélú utazással kapcsolatos tulajdonságok	35
34. ábra: Attitűdállítások (válaszok gyakorisága) I.	36
35. ábra: Attitűdállítások (válaszok gyakorisága) II.	37
36. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=2000)	37
37. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=507)	38
38. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=526)	38
39. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások	39
40. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=2000).....	39
41. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=229).....	40
42. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=244).....	41

43. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások	42
44. ábra: Az étellel való elégedettség (n=1983)	43
45. ábra: Egészség (n=1897)	43
46. ábra: Egészséggel kapcsolatos állítások	43
47. ábra: Testsúly (n=1752)	44
48. ábra: Testmagasság (n=2000).....	44
49. ábra: BMI index (n=1752).....	44
50. ábra: Értékek	45
51. ábra: Életstílus állítások	46
52. ábra: Munkába/iskolába járás (n=2000)	46
53. ábra: Munkába/iskolába járás (n=1413)	47
54. ábra: Munkába / iskolába járás (n=1413)	47
55. ábra: Munkában/iskolában ledolgozott órák száma (n=1413)	47
56. ábra: Időtöltés szabadidős tevékenységekkel (n=2000)	48
57. ábra: Kapcsolattartás személyesen (fő) (n=1966)	49
58. ábra: Kapcsolattartás telefonon keresztül (fő) (n=1888).....	49
59. ábra: Kapcsolattartás messengeren, chaten keresztül (fő) (n=1178).....	49
60. ábra: Kapcsolattartás közösségi médián keresztül (fő) (n=1138)	50
61. ábra: Kapcsolattartás egyéb internetes felületen (fő) (n=752)	50
62. ábra: Pénzköltési szokások (n=1965)	50
63. ábra: Alvási szokások (n=1724)	50
64. ábra: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelmzés	51
65. ábra: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelmzés	52
66. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérelmzés.....	53
67. ábra: A sportolás hiányának oka: lustaság – háttérelmzés	53
68. ábra: A sportolás hiányának oka: egészségügyi akadály – háttérelmzés.....	53
69. ábra: A sportolás hiányának oka: időhiány – háttérelmzés	54
70. ábra: A sportolás hiányának oka: társhiány – háttérelmzés.....	54
71. ábra: A sportolás hiányának oka: nem igényli – háttérelmzés	55
72. ábra: A sportolás hiányának oka: nincs a közelben lehetőség – háttérelmzés.....	55
73. ábra: A sportolás hiányának oka: pénzhiány – háttérelmzés.....	55
74. ábra: A sportolás hiányának oka: életkor – háttérelmzés	55
75. ábra: A sportolás hiányának oka: egyéb – háttérelmzés.....	56
76. ábra: A sportolás helye: otthon – háttérelmzés.....	56
77. ábra: A sportolás helye: edzőterem/konditerem – háttérelmzés	56
78. ábra: A sportolás helye: utca/park – háttérelmzés	57
79. ábra: A sportolás helye: sportálya/uszoda – háttérelmzés	57
80. ábra: A sportolás helye: egyéb – háttérelmzés	57
81. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérelmzés.....	57
82. ábra: Az üzőtt sport szintje – háttérelmzés	58
83. ábra: Sportolási indítékok: kikapcsolódás – háttérelmzés.....	58
84. ábra: Sportolási indítékok: szép test elérése – háttérelmzés.....	58
85. ábra: Sportolási indítékok: társaság – háttérelmzés.....	59
86. ábra: Sportolási indítékok: jellemfejlesztés – háttérelmzés.....	59

87. ábra: Sportolási indítékok: versenyzés – háttérelmezés	60
88. ábra: Sportolási indítékok: elismerés – háttérelmezés	60
89. ábra: Sportolási indítékok: öröm – háttérelmezés	61
90. ábra: Sportolási indítékok: egészség – háttérelmezés	61
91. ábra: Sportolási indítékok: aktívnak maradni – háttérelmezés.....	61
92. ábra: Sportolási indítékok: fizikai erőfeszítés – háttérelmezés	62
93. ábra: Sportolási indítékok: fogyás – háttérelmezés	62
94. ábra: Sportolási indítékok: új célok elérése – háttérelmezés.....	63
95. ábra: Sportolási indítékok: fontos kapcsolatok kialakítása – háttérelmezés	63
96. ábra: A sportolás motivációi: igényli – háttérelmezés	64
97. ábra: A sportolás motivációi: már nem éri el a céljait – háttérelmezés.....	64
98. ábra: A sportolás motivációi: öröm – háttérelmezés	65
99. ábra: A sportolás motivációi: kifejezi a belső értékeket – háttérelmezés	65
100. ábra: A sportolás motivációi: számára fontos embereket bosszantaná, ha nem tenné – háttérelmezés	65
101. ábra: A sportolás motivációi: személyiség más oldalainak fejlesztése – háttérelmezés ..	66
102. ábra: A sportolás motivációi: tanulás a sportágról – háttérelmezés	66
103. ábra: A sportolás motivációi: új edzéstechnikák elsajátítása – háttérelmezés	66
104. ábra: A sportolás motivációi: érzés – már nem tud sikeres lenni a sportágban – háttérelmezés	67
105. ábra: A sportolás motivációi: fejlődés tanulása – háttérelmezés.....	67
106. ábra: A sportolás motivációi: önfejlesztés – háttérelmezés	67
107. ábra: A sportolás motivációi: belső értékrend – háttérelmezés.....	68
108. ábra: A sportolás motivációi: új technikai elemek – háttérelmezés	68
109. ábra: A sportolás motivációi: jobb érzés önmagával kapcsolatban – háttérelmezés.....	69
110. ábra: A sportolás motivációi: nem hiszi, hogy helye van a sportjában – háttérelmezés ..	69
111. ábra: A sportolás motivációi: személyisége értékes részeinek fejlesztése – háttérelmezés	70
112. ábra: A sportolás motivációi: új módszerek megismerése – háttérelmezés	70
113. ábra: Sport iránti érdeklődés – háttérelmezés.....	71
114. ábra: Sportágak ismertsége: futás – háttérelmezés.....	72
115. ábra: Sportágak ismertsége: kézilabda – háttérelmezés	72
116. ábra: Sportágak ismertsége: kosárlabda – háttérelmezés	72
117. ábra: Sportágak ismertsége: vitorlázás – háttérelmezés	73
118. ábra: Sportágak ismertsége: e-sport – háttérelmezés	73
119. ábra: Sportágak ismertsége: póker – háttérelmezés	74
120. ábra: Sportágak ismertsége: autósport – háttérelmezés.....	74
121. ábra: Sportágak ismertsége: labdarúgás – háttérelmezés	75
122. ábra: Sportágak ismertsége: sakk – háttérelmezés	75
123. ábra: Sportágak ismertsége: úszás – háttérelmezés.....	75
124. ábra: Sportágak ismertsége: vízilabda – háttérelmezés.....	76
125. ábra: Sportágak ismertsége: aerobik/fitness – háttérelmezés	76
126. ábra: Sportágak ismertsége: konditermi sportok – háttérelmezés	77
127. ábra: Sportágak ismertsége: jégkorong – háttérelmezés	77

128. ábra: Sportágak ismertsége: röplabda – háttérelmezés	77
129. ábra: Sportágak ismertsége: asztalitenisz – háttérelmezés	78
130. ábra: Sportágak ismertsége: vívás – háttérelmezés	78
131. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: futás – háttérelmezés	79
132. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: kézilabda – háttérelmezés	79
133. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: kosárlabda – háttérelmezés	80
134. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vitorlázás – háttérelmezés	80
135. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: e-sport – háttérelmezés.....	80
136. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: póker – háttérelmezés.....	81
137. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: autósport – háttérelmezés	81
138. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: labdarúgás – háttérelmezés	81
139. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: sakk – háttérelmezés	82
140. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: úszás – háttérelmezés	82
141. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vízilabda – háttérelmezés	83
142. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: aerobik/fitness – háttérelmezés.....	83
143. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: konditermi sportok – háttérelmezés	83
144. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: jégkorong – háttérelmezés.....	84
145. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: röplabda – háttérelmezés	84
146. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: asztalitenisz – háttérelmezés	84
147. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vívás – háttérelmezés	85
148. ábra: Tájékozódás sporthírekről: közösségi média – háttérelmezés	85
149. ábra: Tájékozódás sporthírekről: weboldalak – háttérelmezés.....	86
150. ábra: Tájékozódás sporthírekről: TV – háttérelmezés.....	87
151. ábra: Tájékozódás sporthírekről: család, rokonok – háttérelmezés.....	87
152. ábra: Tájékozódás sporthírekről: ismerősök, barátok – háttérelmezés	88
153. ábra: Tájékozódás sporthírekről: edző/sportszakember – háttérelmezés	88
154. ábra: Tájékozódás sporthírekről: újságok/magazinok – háttérelmezés.....	89
155. ábra: Tájékozódás sporthírekről: sehonnan – háttérelmezés.....	89
156. ábra: Sportágak iránti szimpátia: futás – háttérelmezés	90
157. ábra: Sportágak iránti szimpátia: kézilabda – háttérelmezés	90
158. ábra: Sportágak iránti szimpátia: kosárlabda – háttérelmezés	91
159. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vitorlázás – háttérelmezés	91
160. ábra: Sportágak iránti szimpátia: e-sport – háttérelmezés.....	92
161. ábra: Sportágak iránti szimpátia: póker – háttérelmezés.....	92
162. ábra: Sportágak iránti szimpátia: autósport – háttérelmezés	93
163. ábra: Sportágak iránti szimpátia: labdarúgás – háttérelmezés	93
164. ábra: Sportágak iránti szimpátia: sakk – háttérelmezés.....	94
165. ábra: Sportágak iránti szimpátia: úszás – háttérelmezés	94
166. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vízilabda – háttérelmezés	95
167. ábra: Sportágak iránti szimpátia: <i>aerobik/fitness</i> – háttérelmezés	96
168. ábra: Sportágak iránti szimpátia: konditermi sportok – háttérelmezés	96
169. ábra: Sportágak iránti szimpátia: jégkorong – háttérelmezés.....	97
170. ábra: Sportágak iránti szimpátia: röplabda – háttérelmezés	97
171. ábra: Sportágak iránti szimpátia: asztalitenisz – háttérelmezés	98

172. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vívás – háttérelmezés	98
173. ábra: Sportágak üzése: futás – háttérelmezés	99
174. ábra: Sportágak üzése: kézilabda – háttérelmezés	100
175. ábra: Sportágak üzése: kosárlabda – háttérelmezés	100
176. ábra: Sportágak üzése: vitorlázás – háttérelmezés	101
177. ábra: Sportágak üzése: e-sport – háttérelmezés.....	101
178. ábra: Sportágak üzése: póker – háttérelmezés.....	102
179. ábra: Sportágak üzése: autósport – háttérelmezés.....	102
180. ábra: Sportágak üzése: labdarúgás – háttérelmezés	103
181. ábra: Sportágak üzése: sakk – háttérelmezés	103
182. ábra: Sportágak üzése: úszás – háttérelmezés	104
183. ábra: Sportágak üzése: vízilabda – háttérelmezés	104
184. ábra: Sportágak üzése: aerobc/fitness – háttérelmezés	105
185. ábra: Sportágak üzése: konditermi sportok – háttérelmezés	106
186. ábra: Sportágak üzése: jégkorong – háttérelmezés.....	106
187. ábra: Sportágak üzése: röplabda – háttérelmezés.....	107
188. ábra: Sportágak üzése: asztalitenisz – háttérelmezés	107
189. ábra: Sportágak üzése: vívás – háttérelmezés	108
190. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportrendezvények látogatására (mérkőzések, versenyek, kiállítások, aerobc nap stb.) – háttérelmezés (Ft)	108
191. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportklub, fitnesszterem stb., tagdíjra, bérletre – háttérelmezés (Ft)	109
192. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.) – háttérelmezés (Ft).....	109
193. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportruházatra – háttérelmezés (Ft)	109
194. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportcipőre – háttérelmezés (Ft)	110
195. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: saját magának – háttérelmezés	110
196. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: párjának – háttérelmezés	111
197. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: saját gyerek/ek/nek – háttérelmezés.....	111
198. ábra: Sportruházat vásárlása: speciális sportruházati/ kiegészítő üzletben – háttérelmezés	111
199. ábra: Sporteszközök, kellékek vásárlása: speciális sportruházati/ kiegészítő üzletben – háttérelmezés.....	112
200. ábra: Sportcélú utazás – háttérelmezés.....	113
201. ábra: Utazási gyakoriság Magyarországon – háttérelmezés.....	113
202. ábra: A magyarországi sporttal kapcsolatos utazások célja: sporteseményen vettem részt nézőként – háttérelmezés	113
203. ábra: Külföldi sportcélú utazás – háttérelmezés.....	114
204. ábra: Attitűdállítások: A sportolás csak fiataloknak való – háttérelmezés.....	114
205. ábra: Attitűdállítások: A sportolás életem része – háttérelmezés.....	115
206. ábra: Attitűdállítások: A sportolás elvárás a környezetemben – háttérelmezés	116
207. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sportolásra – háttérelmezés	116
208. ábra: Attitűdállítások: Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl – háttérelmezés	117

209. ábra: Attitűdállítások: A versenysport a szórakoztatóipar része – háttérelmezés	118
210. ábra: Attitűdállítások: Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc – háttérelmezés	118
211. ábra: Attitűdállítások: Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat – háttérelmezés	119
212. ábra: Attitűdállítások: Egy sportoló igazi példakép – háttérelmezés	119
213. ábra: Attitűdállítások: Én az online sportélményeket szeretem – háttérelmezés	120
214. ábra: Attitűdállítások: Csakis online követem a sporteseményeket – háttérelmezés	121
215. ábra: Attitűdállítások: Online követem a sporthíreket – háttérelmezés	121
216. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el – háttérelmezés.....	122
217. ábra: Attitűdállítások: Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni – háttérelmezés	122
218. ábra: Attitűdállítások: Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni – háttérelmezés	123
219. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására – háttérelmezés.....	124
220. ábra: Attitűdállítások: A sportolás nagyon drága – háttérelmezés	124
221. ábra: Attitűdállítások: A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök – háttérelmezés	125
222. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra – háttérelmezés	126
223. ábra: Attitűdállítások: A sportolásból élek – háttérelmezés.....	126
224. ábra: Attitűdállítások: Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek – háttérelmezés.....	127
225. ábra: Attitűdállítások: A sporthoz kapcsolódik a munkám – háttérelmezés	127
226. ábra: Szurkolás sport csapatoknak – háttérelmezés	128
227. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés I.	128
228. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés II.	129
229. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés III.....	129
230. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés IV.	129
231. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés V.....	130
232. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VI.	130
233. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VII.....	131
234. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VIII.....	131
235. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak – háttérelmezés.....	132
236. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés I.	132
237. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés II.	133
238. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés III.....	133
239. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés IV.	133
240. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés V.....	134
241. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VI.	134
242. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VII.....	134
243. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmezés VIII.....	135
244. ábra: Az aerobik/fitness márkapiramisa	137

245. ábra: Az asztalitenisz márkapiramisa	137
246. ábra: Az autósport márkapiramisa.....	137
247. ábra: Az e-sport márkapiramisa	138
248. ábra: A futás márkapiramisa.....	138
249. ábra: A jégkorong márkapiramisa	138
250. ábra: A kézilabda márkapiramisa	138
251. ábra: A konditermi sportok márkapiramisa.....	139
252. ábra: A kosárlabda márkapiramisa	139
253. ábra: A labdarúgás márkapiramisa	139
254. ábra: A póker márkapiramisa	139
255. ábra: A röplabda márkapiramisa	140
256. ábra: A sakk márkapiramisa	140
257. ábra: Az úszás márkapiramisa.....	140
258. ábra: A vitorlázás márkapiramisa.....	140
259. ábra: A vívás márkapiramisa.....	141
260. ábra: A vízilabda márkapiramisa.....	141
261. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép I.	142
262. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép II.....	143

Mellékletek

1. melléklet: Sportolási indítékok.....	144
2. melléklet: A sportolás motivációi	144
3. melléklet: Sportcélú utazással kapcsolatos tulajdonságok	145
4. melléklet: Attitűdállítások	146
5. melléklet: Szurkolással kapcsolatos állítások	147
6. melléklet: Értékek	147
7. melléklet: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelvezés	148
8. melléklet: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelvezés	148
9. melléklet: Sportolási indítékok – háttérelvezés.....	149
10. melléklet: Attitűdállítások – háttérelvezés I.....	149
11. melléklet: Attitűdállítások – háttérelvezés II.	150

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 háztartásstatisztikákon alapultak vagy keresztmetszeti pillanatfelvételek voltak –, vagyis megfelelően kategorizált és részletesen elemezhető, objektíven nyilvántartott adatbázis alapján levonhatóak 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 reprezentatív mintán dolgozunk, ezért a sporttal nem foglalkozók, a sportra egyáltalán nem költők esetére is kidolgozásra kerülhetnek ösztönzők, illetve megnyerésükre marketing cselekvési terv is készülhet.

kutatási kérdések

Megfogalmaztuk a primer kutatás tervezésekor azokat a nagyobb témaköröket, amelyek vizsgálatához illeszkedő kérdéseket foglalmaztunk meg, illetve megkerestük azokat a nemzetközi skálakérdéseket, amelyek vizsgálatával a nemzetközi összehasonlíthatóság kritériumának is meg tudunk felelni.

Milyen a magyar lakosság körében a sportolás, a sportoló, a profi sport megítélése?

- a sportágak ismertség-kedveltség-érdeklődési piramisai
- a profi egyéni-csoport-szellemi sportolóknak és az amatőr sportolóknak tulajdonított jellemzők

Milyen eredményeket adnak a sportolás motivációinak mérési skálái?

- a SPEED és a SPEEDE-H skálák vizsgálata különféle szegmentációs ismérvek szerint
- mik a nemfogyasztás okai

Milyen összefüggés mutatható ki az életstílus és sportolás, sportágak megítélése között?

- életstílus, értékek és sportoláshoz, sportfogyasztás tárgyaihoz/szolgáltatásaihoz való viszony
- informálódási magatartás
- mindennapi élet élése
- jellemző csoportok, klaszterek

Milyen sportdrukkeri magatartás jellemzi a felnőtt lakosságot?

- egyéni és csoportsportolókhöz kötődés szintjei, kapcsolódó informálódás, költés
- milyen intenzitási szintek mutathatók ki az érdeklődők körében

Milyen költségek, milyen eladáshelyek kapcsolódnak a sporttermék fogyasztáshoz?

- termék- és szolgáltatásvásárlások jellemző területei, összegei
- jellemző vásárlási helyszínek
- sportturizmus

Mennyire vonzó a sportolók marketingalkalmazása?

- példaképek-e még a sportolók
- kik a leginkább vonzó sportolók, sportcsapatok, sportágak

Mindezek a kutatási kérdések fogalmazódnak meg a kérdőív egyes blokkjaiban.

kutatási módszertan

2018 májusában és júniusában reprezentatív országos felnőtt lakossági 2000 fős mintán személyes megkérdezést végeztünk, hogy a keletkező adatok valid képet adjanak a magyarországi sportfogyasztási szokásokról. A kutatás eredményeinek összevetése korábbi kutatásokkal alkalmas lehet arra is, hogy komplex képet kapjunk arról, hogy miképp alakulnak hazánkban a sportfogyasztási szokások, a sporttal kapcsolatos attitűdök.

A kérdőív kidolgozása során a nemzetközi és hazai mintákat, skálákat követtük, célunk volt az is, hogy egy standard módon ismételhető sportfogyasztási kérdőívet alakítsunk ki. Annak érdekében, hogy a kérdőív a sportfogyasztás minden faktorát megjelenítse, a sportfogyasztó szokásainak alapvetően meghatározó elemeit a szocializációt, a részvételt és az attitűdöket, valamint a külső és belső környezeti (egyéni) tényezőket is kvantitatív módon mértük. Azért, hogy a sportot fogyasztók fogyasztási döntéseit könnyebb legyen megérteni, a sportra specializált fogyasztáselméleti modellek alapján kívánunk a sportfogyasztó döntéshozatali mechanizmusáig eljutni. Ennek megfelelően vizsgáltuk a sportfogyasztói magatartás tényezőit a kérdőívben.

2000 fős személyes megkérdezést végeztünk tehát abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét több, sportfogyasztáshoz kötődő témakörrel kapcsolatban is vizsgáljuk. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Az eredmények feldolgozását két részben végezzük el: először az elsődleges (gyakorisági) elemzéseket mutatjuk be, melyeket a demográfiai háttérelmzések követnek. Ennek során statisztikai módszerekkel vizsgáljuk, hogy az egyes demográfiai csoportoknak az egyes kérdésekre adott válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható (ún. szignifikáns) eltérések. Az elemzésbe bevont változók: nem, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka, jövedelmi helyzet szubjektív megítélése.

2. Irodalmi előzmények

Ugyan ez egy alaptanulmány, amiben a leíró statisztikai vizsgálati eredményeket és a kapcsolódó demográfiai háttérelmzések mutatjuk be, mégis felvezetjük a témakörök irodalmi előzményeit. Ez az összefoglaló nem célozza a teljes áttekintést, azt az egyes résztemák publikálásakor tesszük meg.

A sportfogyasztás értelmezését sokféleképpen teszik meg a különböző szakterületek művelői, különféle szempontokat választva vizsgálódnak. A témakör kapcsán kiemelkednek a profi

sporttal kapcsolatos publikációk, a teljesítményekkel, a motiválással kapcsolatos kutatások, a sport és gazdasággal (ÁCS, 2015, 2017), sportgazdasággal (LEEDS – ALLMEN, 2013, ANDRÁS, 2003, ANDRÁS et al., é. n.), vagy éppen a sportgazdasági döntések modellezésével foglalkozó írások (RAPPAI, 2015), de megjelennek a sportmarketing publikációk is (HERRMANN – RIEDMÜLLER, 2011, MILNE – MCDONALD, 1999). Egyre gyakrabban találkozunk a sportolók értékét vizsgáló publikációkkal (PAPP-VÁRY, 2009), az endorsement kérdéskörére kitérő kutatásokkal (TILL, 1998, PRINGLE – BINET, 2005), a sportolók márkaértékelésével (TÖRŐCSIK, 2017, PATRA – DATTA, 2010), a szponzorációval (SHANK, 2009).

Jelen tanulmány fókuszja marketing szakterületi, de alapvetően fogyasztói magatartás kiindulópontú közelítés. A témáról hazánkban nem készült nagyszámú marketing szemléletű átfogó munka, vélelmezhetően kevésbé volt érett a magyar piac ilyen vizsgálatokra, mégis kiemelhetőek összefoglaló tanulmányok, közlemények (HOFFMANNÉ, 2000, SZAKÁLY – FEHÉR, 2015). Fogyasztói magatartás irányából közelítve is jelentek meg olyan publikációk (NEULINGER, 2007), amelyek meghatározóak lehetnek.

A sportfogyasztás értelmezésénél abból indulunk ki, hogy ez a kategória többféle területet foglal magában, beleértve a profi és a laikus sportolást és a sporttal kapcsolatos vásárlásokat, élményszerzéseket, valamint az ebből adódó fogyasztói típusokat (STEWART, et al., 2003).

A legtöbb vizsgálat három területre fókuszál, a sportolásra, a termékfogyasztásra és az élményfogyasztásra. Mi ezt öt területre bontottuk, amelyek elemeit lentebb tárgyaljuk.

A kérdéskör kapcsán leggyakrabban a *sportolásra*, mint aktivitásra, szabadidő eltöltési tevékenységre gondolunk (PERÉNYI, 2011). Ennek során értelemszerűen fogyasztunk időt, energiát, adunk ki pénzt (ANDRÁS, 2014, PAÁR, 2013). A sportolás, mint aktivitás lehet egyéni vagy csapatsportok üzése (KONCZOS – SZAKÁLY, 2007), de ugyanúgy beleértendő a szellemi sportok, vagy az e-sportok folytatása (PINTÉR, 2018), akkor is, ha ezek kapcsán viták folyhatnak. A sportolásnak megítélésünk szerint ma már egy külön kategóriája az a típusú fogyasztás, ami a *megélhetés*, *egzisztencia* biztosításához kapcsolódik, és ami a profi versenyzők világába vezet. Ez a tevékenység persze már a munka kategóriájába esik, vagyis ennek érdekében ugyanúgy rendszeres, hosszabb ideig tartó, nem feltétlenül mindig örömet okozó, fizetett cselekvéssort kell végezni, mint bármely keresőtevékenység során. A sportolással kapcsolatos fogyasztás nagy része különféle *tárgyak* és *szolgáltatások* vásárlása, azok elfogyasztása. Ebben az esetben gondolhatunk sporteszközökre, azok használatával, működtetésével kapcsolatos szolgáltatásokra, a sportoláshoz kapcsolódó, azt segítő, pl. oktató szolgáltatásokra. A sportfogyasztás nem csak azt a lehetőséget foglalja magában, hogy valaki sportol, és azzal kapcsolatosan költ, hanem azt is, hogy a sporttal kapcsolatos élményeket fogyasztja (KENESEI, 2016). A sportélmény fogyasztása szintén időt, energiát és pénzt igénylő tevékenység, legyen szó annak akár online, akár offline változatáról. Sokan nem különítik el ezt a két megélhető változatot, mi azonban úgy véljük, napjainkra az új, online élménylehetőség és -fogyasztás megerősödött annyira, hogy érdemes külön kategóriaként kezelni. Kézenfekvő és könnyen belátható az *offline élményfogyasztás* kérdésköre, hiszen benne foglaltatik a sporteseményeken való részvétel, a jegyvásárlás, az oda történő eljutás, a helyben fogyasztott ételek-italok sora, az eseményen történő ajándéktárgy, sporteszköz stb. vásárlás (FILLIS – MACKAY, 2014). Egyre terjed a *sportélmény online* fogyasztása, ami azt jelenti, hogy valaki például nem vesz részt személyesen sporteseményeken, hanem valamilyen közvetítést követ,

vagy felvételeket néz meg. Az online sportélmények közé sorolhatjuk az olyan típusú sportfogyasztást is, ami a sporthíreket, az egyes sportolók életének, sportágak történéseivel foglalkozó közlemények fogyasztását, akár saját sporttevékenység eredményének regisztrálását, megosztását jelenti különféle platformokon, különféle digitális eszközökkel. Egyértelmű azonban, hogy a valóságban az egyes területek értelemszerűen kapcsolódnak egybe, például valaki sportol (aktivitás), közben digitális eszközzel (termékfogyasztás) követi saját és mások eredményeit (online élményfogyasztás), miközben örömmel végzi rendszeresen ezt a tevékenységet (offline élményfogyasztás), a megosztással bloggerként akár pénzt is kereshet (sportolás, mint megélhetés).

A sportfogyasztás kapcsán nyilvánvalóan a sportolási tevékenység áll középpontban, a legtöbb kutatás ennek vonatkozásaival, például a sportolási motivációk feltárásával foglalkozik (NÁBRÁDI – POLERECZKI, 2016, PAIC et al., 2018, CSÓKA – TÖRŐCSIK, 2018). Nagyon fontos kérdés ezen belül az, hogy mennyire aktívak egy társadalom, vagy a társadalmi csoportok tagjai (BOURDIEU, 1978), akár egészségük érdekében is, aminek egy kézenfekvő megnyilvánulása a sportolási tevékenység. Összetett kérdéssel állunk azonban szemben, hiszen a sportfogyasztással összekapcsolhatjuk az értékek kutatását (SCHWARTZ, 1992), vagy akár a sportolási motivációk közül emelhetünk ki számos tényezőt (KAJOS et al., 2017), amelyek vizsgálata történhet elkülönítetten (pl.: egészség és sportolás kapcsolata), vagy komplexen, amikor a különféle tényezők együttes befolyásoló hatását próbáljuk mérni.

A motivációk közül kiemelkedik az *egészség* témaköre, hiszen nagyon sokan azért végeznek sporttevékenységet, hogy megőrizték fizikai teljesítőképességüket, esetleg növeljék jelenlegi teljesítményüket, tegyenek testi-lelki jóllétükért (BARABÁSNÉ KÁRPÁTI – KERESZTES, 2017, SZAKÁLY, 2016, JAKOPÁNECZ – TÖRŐCSIK, 2015, LAMPEK, 2015). Fontos szempont a *rekreáció* is, vagyis a szabadidő eltöltésének több szempontból is értékelhető válfaja, például az élet különféle színterein összegyűjtött stressz levezetése. Sokan azért sportolnak, mert a tevékenységet egy *közösség* körében tudják végezni, ahol jól érzik magukat (BERKI – PIKÓ, 2017), ahol közös célokat valósítanak meg. Minden sportban benne van a *játék* lehetősége, vagy adottsága, amit a „játészó ember” szívesen él meg (HANKISS, 2014). Miután az emberek akár idősebb korban is örömmel játszanak, ezért ez a fajta motiváció is kiemelkedő jelentőségű. Nagyon sok embernek a *testtel kapcsolatos vonatkozások* fontosak a sportolásban, egyrészt a sport tevékenység ideje alatt bárki reprezentálhatja saját testét, megmutathatja teljesítményét, versenyezhet, vagy csak saját maga számára mutathatja a teste fölötti kontrolltartás eredményét (TÚRY – BABUSA, 2012). Ezt a szempontot mind fizikai, mind szellemi értelemben kiteljesíthetőnek értékeljük a maga összetett jellegében (FEARHERSTONE et al., 1997). Teljesen más motiváció az *egzisztenciateremtés*, a *megélhetés* és annak fenntartása miatti sportolás, ebben az esetben ugyan szerepet játszhatnak mindazon tényezők, amiket fentebb jeleztünk, mégis az alapvető motivációt a pénzkereset jelenti, amibe beleértjük a hírnév, a megbecsültség elérésének lehetőségét is.

A sportfogyasztás vizsgálata történhet történetiségének bemutatásával (HADAS, 2003), jelenlegi sajátosságainak felvázolásával, akár időmérleg szempontú elemzésével (KSH, 2012), de annak felvetítésével is, hogy milyen fogyasztói magatartástrendek működnek alakulásában, és ezek milyen jövőbeli irányvonalakat sejtetnek (PERÉNYI, 2011). A sportfogyasztás és a fogyasztói megatrendek kapcsolatában biztos, hogy szerepet játszik az egészség, az énkultusz, a fiatalságvágy, a fokozódó tempó, a fogyasztásélmény (SCHULZE, 2000), a globalitás, a

digitális kultúra. Jobban megvizsgálva ezt a kapcsolatrendszert, könnyen arra juthatunk, hogy nem lehet igazából olyan, általunk már azonosított megatrendet találni, amely ne lenne kapcsolatban a sportfogyasztással (TÖRŐCSIK, 2016). Talán kiemelhető ebből a sorból a digitális kultúra hatása, ami megteremtette az e-sportot, mint korábban nem létező, bár még ma is sokak által vitatott sportlehetőséget (SZABELLA, 2018). Ez a megatrend azt is lehetővé tette, hogy a laikus ember a sportolásával kapcsolatos élményeit, eredményeit megossza, várja a dicsérő visszajelzéseket, megteremtve ezen a területen is a bloggerek, vloggerek, influencerek (GULD, 2018). A változó fogyasztói magatartás trendkörnyezete kialakít olyan új sportágakat, sportváltozatokat, amelyek érdeklődést váltanak ki a környezetben, és amelyek elterjedésében akár új szubkultúrák, szcénák jöhetnek létre (KOTLER et al., 2017). Ezek a folyamatos hatások dinamizmust adnak a tradicionális, társadalmilag beágyazott klasszikus sportok művelőinek is, de új sportoló csoportokat, sportágakat is eredményezhetnek. Ez a fejezet a sportfogyasztásban érintett fogyasztók vizsgálatához kiinduló összegzés, egyfajta alapvetés, aminek különféle megállapításait a primer kutatás eredményeinek függvényében bizonyítjuk, kiegészítjük, vagy elvetjük.

Irodalomjegyzék

- András, Kr. (2003): *A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok*. 34. sz. Műhelytanulmány. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest, 53 p.
- András, Kr. (2014): A szabadidősport gazdálkodástana. In: Perényi, Sz. (szerk.): *A mozgás szabadsága! A szabadidősport társadalmi, gazdasági és egészségügyi megközelítései: elméletek és kutatási eredmények a gyakorlat szolgálatában*. Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, 16-34.
- András, Kr. – Havran, Zs. – Jandó, Z. (é.n.): *Üzleti globalizáció és a hivatásos sport: sportvállalatok nemzetközi szerepvállalása*. Versenyképesség Kutatás Műhelytanulmány sorozat, TM 14. sz. BCE Versenyképesség Kutató Központ, Budapest.
- Ács, P. (2017): A fizikai inaktivitás nemzetgazdasági terheinek és a sportfogyasztásának változása Magyarországon az elmúlt időszakban. *Magyar Sporttudományi Szemle*. 18(70)27.
- Ács, P. (szerk.) (2015): *Sport és gazdaság*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs.
- Barabásné Kárpáti, D. – Keresztes, N. (2017): Szubjektív jóllét a sportolási gyakoriság tükrében. *Magyar Sporttudományi Szemle*. 18 (69) 4-9.
- Berki, T.- Pikó, B. (2017): A sportélvezet forrásainak vizsgálata serdülő sportolók körében. *Magyar Sporttudományi Szemle*. 18 (2) 30.
- Bourdieu, P. (1978): Sport and social class. *Social Science Information*. 17 (6) 819–840.
- Csóka, L. – Törőcsik, M. (2018): A sportfogyasztás és a motivációit mérő skálák. In: Józsa, L. – Korcsmáros, E. – Seres Huszárik, E. (szerk.) (2018): *A hatékony marketing*. EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete. Selye János Egyetem, Komárom.
- Fearherstone, M. – Hepnorth, M. – Turner, B. (1997): *A test*. Jászöveg Műhely Kiadó, Budapest.
- Fillis, I. – Mackay, C. (2014): Moving beyond fan typologies: The impact of social integration on team loyalty in football. *Journal of Marketing Management*. 30(3-4), 334-363.

- Guld, Á. (2018): „Chillezzünk, beszélgessünk, áztassuk ki a testünket!” Mitől működik az influencer kommunikáció a turizmusmarketingben? In: Csapó, J. – Gerdesics, V. – Törőcsik, M. (szerk.): *Generációk a turizmusban*. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia, Tanulmánykötet. Pécs, 183-195.
- Hadas, M. (2003): *A modern férfi születése*. Helikon Kiadó, Budapest.
- Hankiss, E. (2014): *Az emberi kaland – Egy civilizációelmélet vázlata*. Helikon Kiadó, Budapest.
- Herrmanns, A. – Riedmüller, F. (2011): *Management-Handbuch Sport-Marketing*. 2. Auflage Vahlen Verlag, München.
- Hoffmann, Istvánné (2000): *Sportmarketing*. Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest.
- Jakopánecz, E. – Törőcsik, M. (2015): *Az egészség megatrendje: A kardiovaszkuláris betegek mai képe – trendtanulmány*. Tanulmányok a TÁMOP-4.2.2.D-15/1/KONV-2015-0009 – „E-health fejlesztéseket megalapozó kardiológiai, diagnosztikai, genetikai kutatások ösztönzése a Pécsi Tudományegyetemen” projekt keretében. Pécsi Tudományegyetem, 1-35.
- Kajos, A. – Prisztóka, Gy. – Paic, R. (2017): A nézőtéri sportfogyasztás motivációit mérő, magyar nyelvű „SPEEDE-H” skála validációja és néhány eredménye. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*. 43 (10) 19-31.
- Kenesei, Zs. (2016): *Service experience design, avagy a szolgáltatások tervezésének új kihívásai*. II. Szolgáltatásmarketing Konferencia, Tanulmányok. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, 64-74.
- Konczos, Cs. – Szakály, Zs. (2007): Az ifjúság fizikai aktivitásának jellemzői, az életstílus befolyásolása, a fizikai aktivitás tudatos alkalmazása. *Magyar Sporttudományi Szemle*. 8 (2) 39-46.
- Kotler, Ph. – Kartajaya, H. – Setiawan, I. (2017): *Marketing 4.0: Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft*. Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Központi Statisztikai Hivatal (2012): *Időmérleg 2009/2010. Összefoglaló adattár*. KSH, Budapest. (Letöltve: 2018.04.28.)
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/idomerleg/idomerleg0910.pdf>
- Lampek, K. (2015): Az aktív időskor és a társadalom. In: Lampek, K. – Rétság, E. (szerk.): *Egészséges idősödés: Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs, 8-27.
- Leeds, M. A. – von Allmen, P. (2013): *The Economics of Sports*. (The Pearson Series in Economics) 5th Edition. Routledge.
- Milne, G. R. – McDonald, M. A. (1999): *Sport marketing: Managing the actual exchange process*. Jones and Bartlett Publishers, Sudbury, MA.
- Nábrádi, Zs. – Polereczki, Zs. (2016): Sportmotiváció és attitűdök vizsgálata aktív sportfogyasztó felnőttek körében. In: Bányai, E. – Lányi, B. – Törőcsik, M. (szerk.): *Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás*. Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia, Tanulmánykötet, Pécs.
- Neulinger, Á. (2007): *Társas környezet és sportfogyasztás. A folyamatos megerősítést igénylő tanult fogyasztás*. Doktori (PhD) értekezés, Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdálkodástani Doktori Iskola, Budapest.

- Paár, D. (2013): *A magyar háztartások sportfogyasztásának gazdasági szempontú vizsgálata*. PhD értekezés. Nyugat-magyarországi Egyetem Széchenyi István Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata Doktori Iskola Közösségi gazdálkodástan programja, Sopron.
- Paic, R. – Kajos, A. – Meszler, B. – Prisztóka, Gy. (2018): A magyar nyelvű Sport Motivációs Skála (H-SMS) validációja és eredményei. *Magyar Pszichológiai Szemle*. 73 (2) 159-182.
- Papp-Váry, Á. (2009): *Mágikus márkázás: Beckham*. Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Budapest.
- Patra, S. – Datta, S. K. (2010): Indian Sports Celebrities as Brand Endorsers: An Analysis Based on 'Q' Score Technique. *The IUP Journal of Marketing Management*. IX (3) 57-70.
- Perényi, Sz. (2011). Sportolási szokások: Sportolási esélyek és változástrendek. In: Bauer, B. – Szabó, A. (eds): *Arctalan(?) Nemzedék*, Nemzeti Család- és Szociálpolitikai Intézet, Budapest, 159-184.
- Pintér, R. (2018): "A gamer bennük van – Az eNET Internetkutató, az Esportmilla és az Esport1 közös magyar videojátékos és e-sport kutatásának főbb eredményei". *Információs Társadalom*. XVIII (1) 107– 119.
- Pringle, H. – Binet, L.(2005): How marketers can use celebrities to sell more effectively. *Journal of Consumer Behaviour*. 4 (3) 201–214.
- Rappai, G. (2015): Ökonometriai modellek a sportgazdasági döntések megalapozásához. In: Ács, P. (szerk.): *Sport és gazdaság*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs, 379-433.
- Shank, M. D. (2009): *Sports Marketing – A Strategic Perspective*. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Schulze, G. (2000): *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Campus Verlag; Auflage: 8. Frankfurt am Main.
- Schwartz, Sh. (1992): „Universals in the content and structure of values: Theory and empirical test in 20 countries.” In: Zanna, M. (eds.): *Advances in experimental social psychology*. Academic Press, New York, 1–65.
- Stewart, B. – Aaron, C. – Smith, T. – Nicholson, M. (2003): Sport consumer typologies: A critical review. *Sport Marketing Quarterly*. 12 (4) 206-216.
- Szabella, O. (2018): "Korunk virágzó biznisze? Az e-sport iparág bemutatása". *Információs Társadalom*, XVIII (1) 66–92.
- Szakály, Z. (2016): Egészségmagatartás, viselkedésváltozás és személyre szabott táplálkozás: az élethosszig tartó egészség koncepciója. In: Fehér, A. – Kiss, V. Á. – Soós, M. – Szakály, Z. (szerk.): *Hitelesség és értékorientáció a marketingben*. EMOK XXII. Országos konferencia, Tanulmánykötet, Pécs, 5-25.
- Szakály, Z. – Fehér, A. (2015): *Sportmarketing*. Campus Kiadó, Debrecen.
- Till, B.D. (1998): Using celebrity endorsers effectively: lessons from associative learning. *Journal of Product & Brand Management*. 7 (5) 400-409.
- Töröcsik, M. (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány*. 47 (4) 19-25.
- Töröcsik, M. (2017): *Self-marketing: Személy és marketing kapcsolatok*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Túry, F. – Babusa, B. (2012): *Adonisztól Schwarzeneggerig – Férfiideálok és civilizáció*. Oriold és Társai Kft., Budapest.

3. Kutatási eredmények

Jelen fejezetben a személyes megkérdezés egyváltozós (gyakorisági) elemzésének eredményeit szemléltetjük. Az 1. táblázat a megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzőit mutatja be.

1. táblázat: A megkérdezetti kör főbb demográfiai jellemzői (n=2000)

Nem		
	Fő	% (n=2000)
férfi	972	48,62%
nő	1028	51,38%
összesen	2000	100,00%

Generációk		
	Fő	% (n=2000)
fiatal generáció	464	23,21%
középgeneráció	1071	53,57%
idős generáció	464	23,22%
összesen	2000	100,00%

Lakóhely régiója		
	Fő	% (n=2000)
Közép-Magyarország	611	30,54%
Közép-Dunántúl	216	10,82%
Nyugat-Dunántúl	203	10,14%
Dél-Dunántúl	183	9,16%
Észak-Magyarország	231	11,57%
Észak-Alföld	299	14,96%
Dél-Alföld	256	12,81%
összesen	2000	100,00%

Lakóhely településtípusa		
	Fő	% (n=2000)
Budapest	368	18,41%
megyei jogú város	369	18,43%
10.000+ település	447	22,37%
2.000-10.000 település	516	25,78%
-2.000 település	300	15,02%
összesen	2000	100,00%

Családi állapot		
	Fő	% (n=2000)
hajadon/nőtlen	480	24,00%
házas	860	43,00%
elvált	230	11,49%
özvegy	133	6,63%
élettársi kapcsolatban él	298	14,88%
összesen	2000	100,00%

Gazdasági aktivitás		
	Fő	% (n=2000)
aktív fizikai dolgozó	853	42,65%
aktív szellemi dolgozó	413	20,63%
GYES-en, GYED-en	56	2,78%
háztartásbeli	12	0,59%
tanuló	137	6,83%
nyugdíjas	439	21,95%
munkanélküli	37	1,86%
egyéb inaktív kereső	35	1,73%
egyéb eltartott	8	0,42%
nem válaszol	11	0,56%
összesen	2000	100,00%

Legmagasabb befejezett iskolai végzettség		
	Fő	% (n=2000)
legfeljebb 8 általános	316	15,78%
szakmunkásképző, szakiskola	631	31,56%
szakközépiskolai érettségi	468	23,39%
gimnáziumi érettségi	231	11,53%
felsőfokú technikum	81	4,07%
főiskolai diploma	207	10,37%
egyetemi diploma	55	2,76%
nem válaszol	11	0,53%
összesen	2000	100,00%

Jövedelmi szint		
	Fő	% (n=2000)
Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	93	4,67%
Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	738	36,89%
Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak	952	47,58%
Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle	111	5,53%
Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak	28	1,38%
nem válaszol	79	3,95%
összesen	2000	100,00%

Egy háztartásban élők száma		
	Fő	% (n=2000)
1 fő	319	15,94%
2 fő	642	32,08%
3 fő	469	23,45%
4 fő	374	18,70%
5 fő	127	6,36%
6 vagy több fő	60	3,01%
nem válaszol	9	0,45%
összesen	2000	100,00%

A háztartásban rendszeresen sportolók száma		
	Fő	% (n=2000)
senki sem sportol	1272	63,58%
1 fő	446	22,30%
2 fő	219	10,95%
3 fő	45	2,24%
4 fő	15	0,77%
5 fő	1	0,05%
6 fő	2	0,11%
összesen	2000	100,00%

Sporttevékenységet gátló betegség		
	Fő	% (n=2000)
van	450	22,51%
nincs	1527	76,37%
nem válaszol	22	1,11%
összesen	2000	100,00%

Gyerekek		
	Fő	% (n=2000)
van	1316	65,81%
nincs	678	33,88%
nem válaszol	6	0,31%
összesen	2000	100,00%

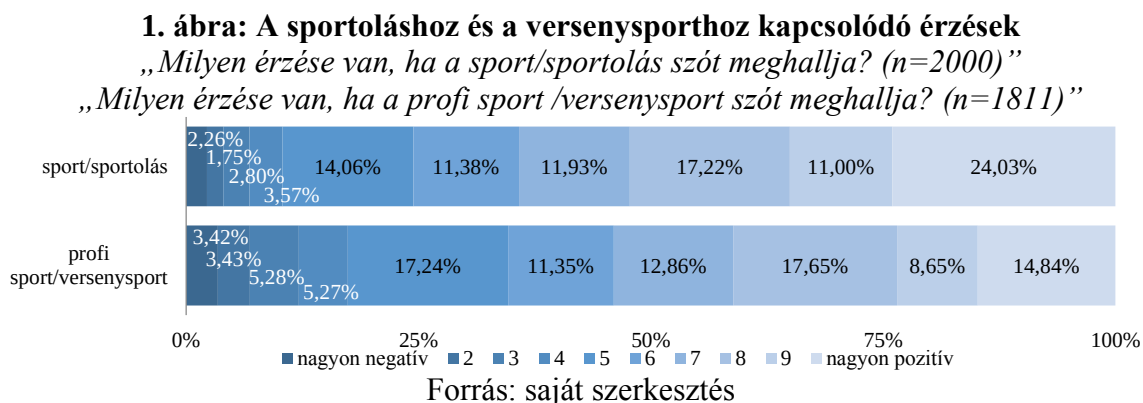
Gyereke száma a háztartásban		
	Fő	% (n=2000)
nincs	1259	62,97%
1 fő	389	19,47%
2 fő	264	13,22%
3 fő	68	3,42%
4 fő	14	0,71%
5 fő	3	0,17%
6 fő	1	0,04%
összesen	2000	1,00%

Gyerekek száma a háztartáson kívül		
	Fő	% (n=2000)
nincs	1275	63,77%
1 fő	295	14,73%
2 fő	328	16,40%
3 fő	79	3,95%
4 fő	20	1,00%
5 fő	1	0,05%
6 fő	2	0,09%
összesen	2000	1,00%

Forrás: saját szerkesztés

Az 1. ábra alapján látható, hogy a megkérdezetteknek *milyen érzése van*, ha meghallják a *sport/sportolás*, illetve a *profi sport/versenysport* szavakat. Tízfokozatú Likert-skálán kértük az értékelést, ahol az 1-es azt jelentette, hogy nagyon negatív érzéseket keltenek bennük a kifejezések, míg a 10-es, ha nagyon pozitívokat. Legmagasabb arányban 10-es (24,03%), illetve 8-as (17,22%) értékelést adtak a válaszadók. A profi sport/versenysport kifejezések esetében a legmagasabb arányban említett érték a 8-as (17,62%), illetve az 5-ös (17,24%) voltak. Összességében a sport/sportolás és a profi sport/versenysport kifejezések a megkérdezettekben

alapvetően pozitív érzéseket váltanak ki, a profi sport/versenysport esetében azonban kisebb a 9-es és 10-es értékek aránya.



3.1. Sportolási szokások

Kutatásunkban a sportoláshoz kapcsolódó érzéseken túl kíváncsiak voltunk a megkérdezettek sportolási szokásaira, amit ebben az alfejezetben foglaltunk össze. A megkérdezettek több mint fele (57,75%) saját bevallása szerint sosem *sportolt* rendszeresen, míg ötödük, 20,19%-uk ugyan korábban sportolt rendszeresen, de ezt már abbahagyta. A megkérdezettek 22,06%-a jelenleg is rendszeresen sportol, amiről a

2. ábra nyújt tájékoztatást.

Azok közül, akik nem sportolnak, a *sportolás hiányának* okaként az időhányt (az összes válasz 30,99%-a) jelölték meg legtöbbször (3. ábra). A sportolás hiányának második leggyakoribb oka, hogy a válaszadók nem igénylik azt (az összes válasz 16,55%-a), míg a harmadik leggyakoribb okot valamilyen egészségügyi akadály jelenti (az összes válasz 14,28%-a).

Vizsgáltuk, hogy a sportoló megkérdezettek *hol* sportolnak. Ennek eredményeit, a 4. ábra foglalja össze, aminek alapján megállapítható, hogy legtöbbször edzőteremben, konditeremben sportolnak (az összes válasz 27,11%-a). Szabadban is sokan sportolnak (az összes válasz 23,96%-a), illetve sportpályán vagy uszodában is (az összes válasz 22,62%-a). A többi általunk vizsgált sportolási helyet ezeknél kisebb arányban jelölték válaszadóink a sportolási tevékenységük helyszínéül.

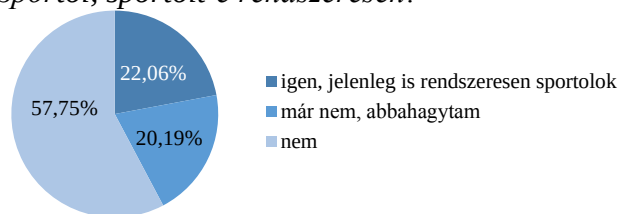
Rákérdeztünk arra, hogy a sportolást végzők *milyen rendszerességgel* teszik ezt. A kapott eredmények alapján kiderül (5. ábra), hogy a legtöbbször (43,22%) hetente 1-2 alkalommal sportolnak. A sportoló megkérdezettek között alacsony azok aránya, akik csak időnként (6,53%), illetve „havonta csak 1-3 alkalommal vagy ritkábban” (6,3%) sportolnak.

Vizsgálatunk részét képezte a megkérdezettek *sportolásának szintje* is. A 6. ábra alapján látható, hogy a sportot végzők legnagyobb része, 81,69%-uk hobbisportoló, míg 17,29%-uk amatőr sportoló. Volt közöttük azonban profi sportoló is, arányuk 1,02%.

Vizsgáltuk azt is, hogy akik sportolnak, *milyen sportágakat üznek elsősorban*. A legtöbbször, a válaszadók ötöde (20,36%) konditermi sportokat végez, de magas azok aránya, akik futnak (17,6%), vagy labdarúgást végeznek (15,43%). Népszerű még a kerékpározás (9,5%) és az úszás (6,09%) is. A kitöltők által elsősorban üzött további sportágak arányát mutatja a 7. ábra. A 8. ábra – egy újabb szemléltetés érdekében az elsősorban üzött sportágak arányaiból készített szöfelhőn – a betűnagyság érzékelteti a sportágak közötti arányokat.

2. ábra: Sportolási rendszeresség (n=2000)

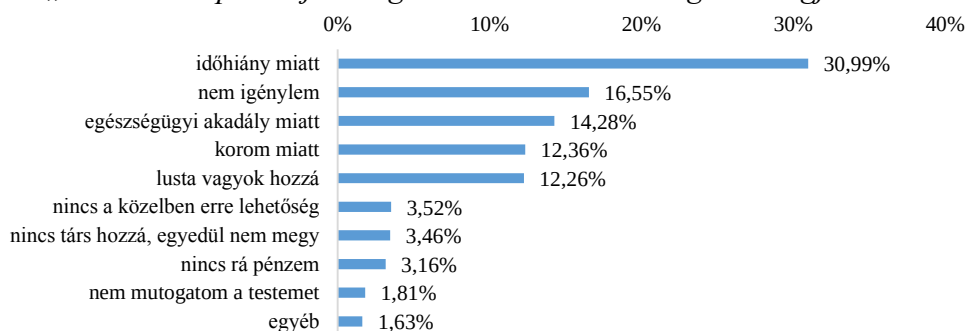
„Sportol, sportolt-e rendszeresen?”



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra: A sportolás hiányának oka (n=2263, összes válasz)

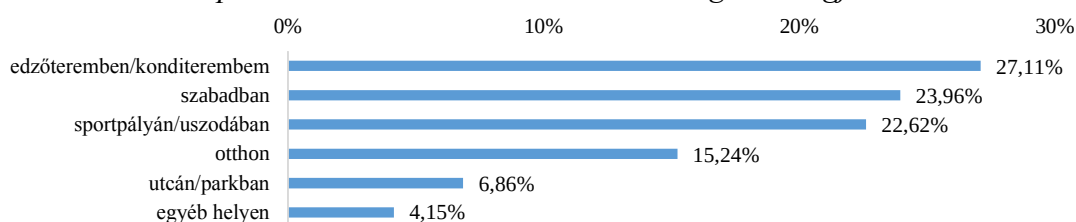
„Miért nem sportol jelenleg? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



Forrás: saját szerkesztés

4. ábra: A sportolás helye (n=646, összes válasz)

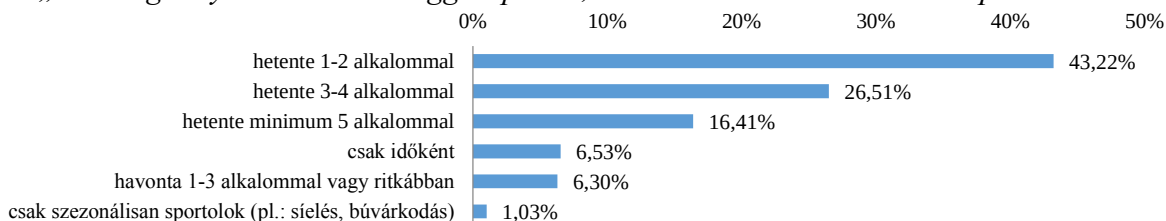
„Hol sportol általában? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



Forrás: saját szerkesztés

5. ábra: Sportolási rendszeresség (n=441)

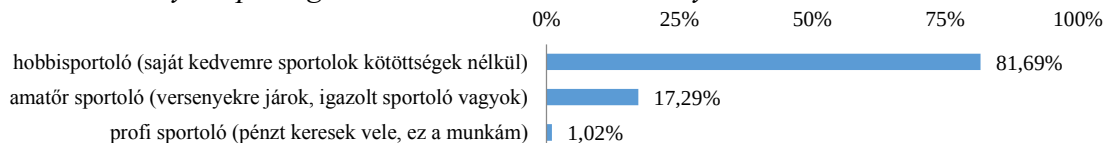
„Jelenleg milyen rendszerességgel sportol, beleértve a technikai és az e-sportokat is?”



Forrás: saját szerkesztés

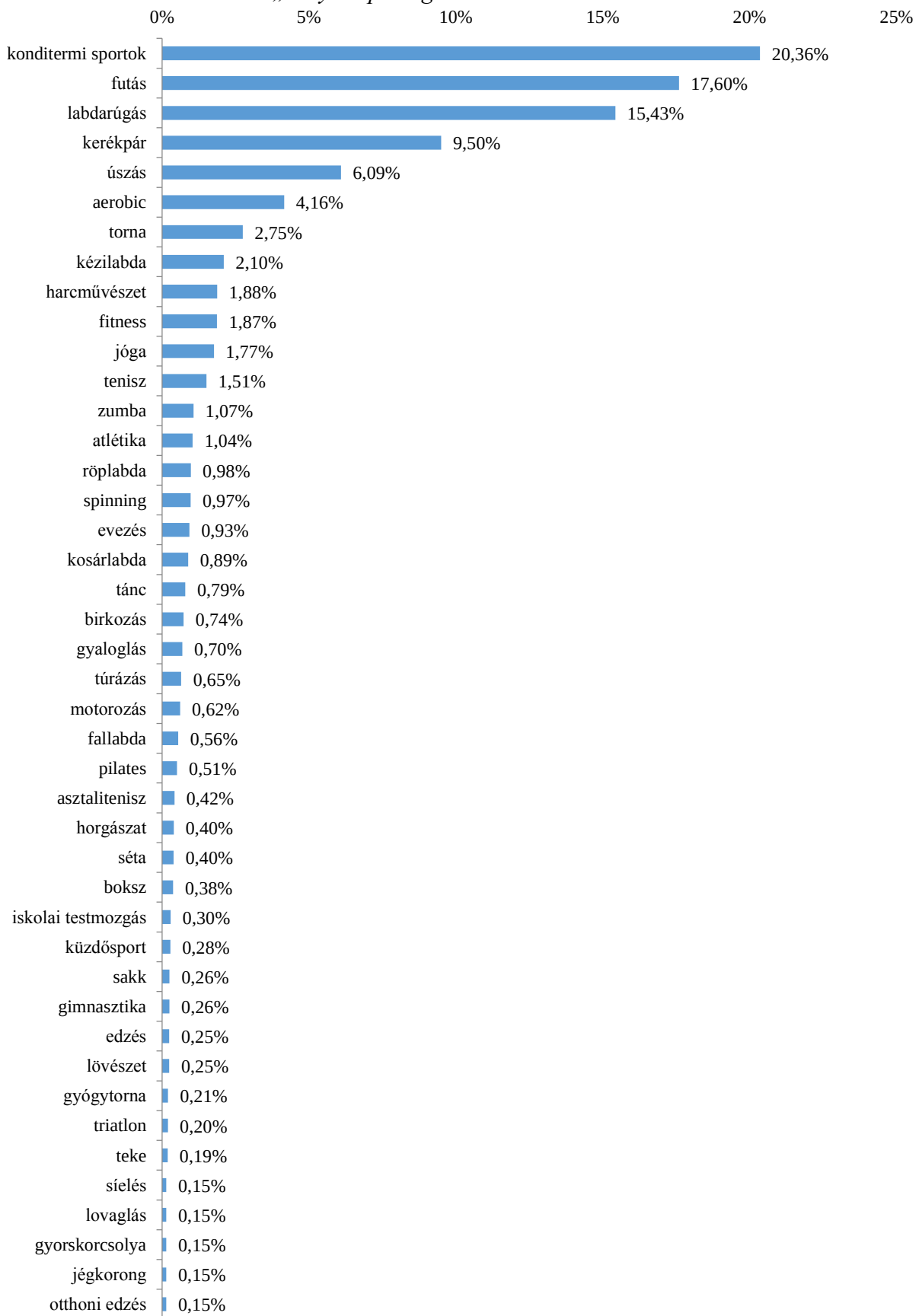
6. ábra: Az űzött sport szintje (n=433)

„Milyen sportágat űz Ön elsősorban? Ezt milyen szinten műveli?”



Forrás: saját szerkesztés

7. ábra: Űzött sportágak (n=433)
 „Milyen sportágat űz Ön elsősorban?”



Forrás: saját szerkesztés

8. ábra: Űzött sportágak szófelhője (n=433)
 „Milyen sportágat űz Ön elsősorban?”



Forrás: saját szerkesztés

A rendszeresen űzött sportágak mellett kíváncsiak voltunk a *kevésbé rendszeresen űzött sportágakra* is, az ebből készült szófelhőt a 9. ábra szemlélteti. A 433 főből, aki említett rendszeresen űzött sportágat, 253 fő említett kevésbé rendszeresen űzött sportágat is (10. ábra). Ezek közül a legnépszerűbbek a futás (19,62%), a kerékpározás (17,71%), az úszás (13,35%), illetve a konditermi sportok (8,72%) voltak.

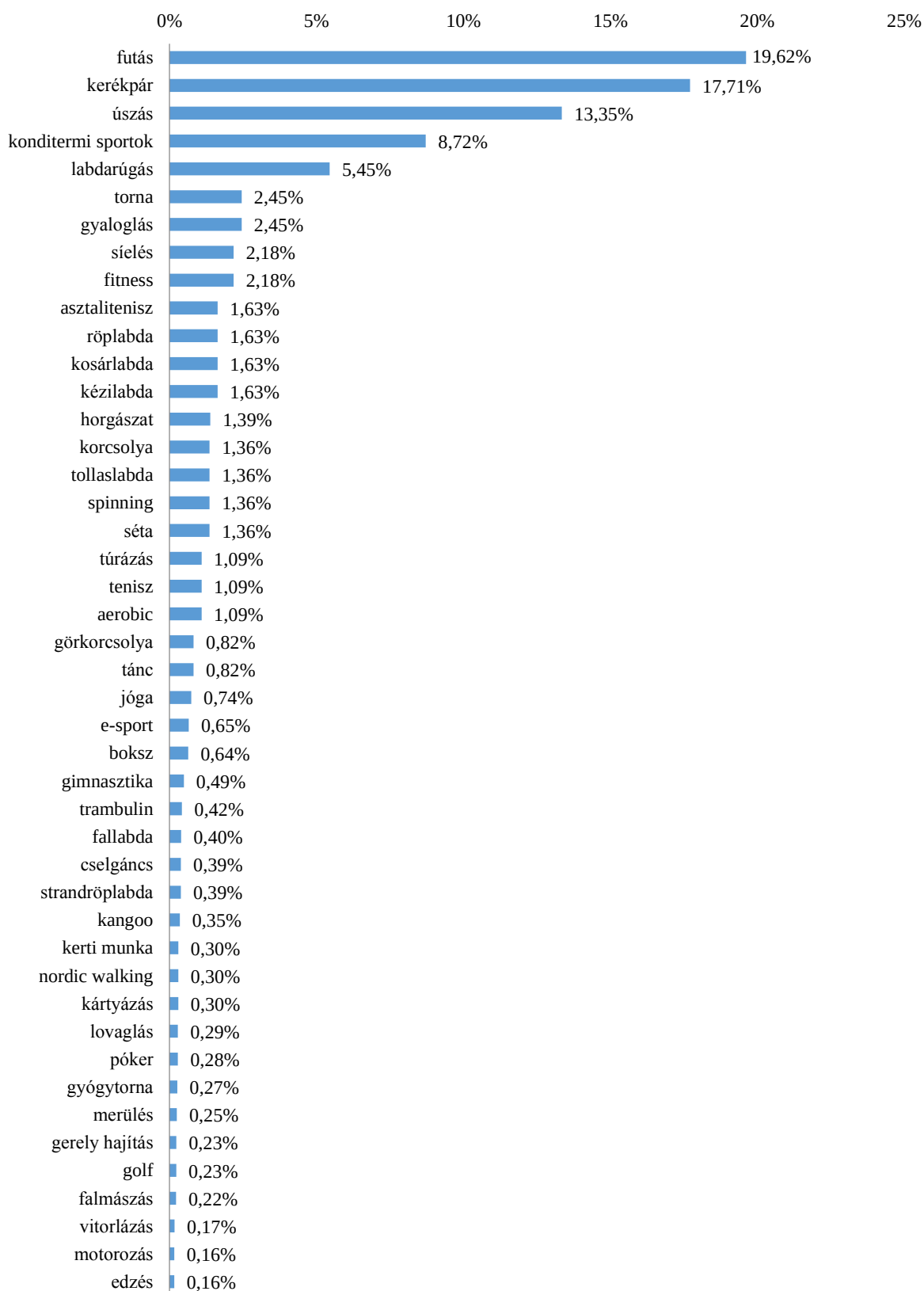
9. ábra: Kevésbé rendszeresen űzött sportágak szófelhője (n=367, összes válasz)
 „Milyen sportágakat űz még kevésbé rendszeresen? Idézz fel ezt egy év viszonylatában!
 Gondoljon a szezonális sportágakra is!”



Forrás: saját szerkesztés

**10. ábra: Kevésbé rendszeresen űzött sportágak
(n=367, összes válasz)**

*„Milyen sportágakat űz még kevésbé rendszeresen? Idézz fel ezt egy év viszonylatában!
Gondoljon a szezonális sportágakra is!”*



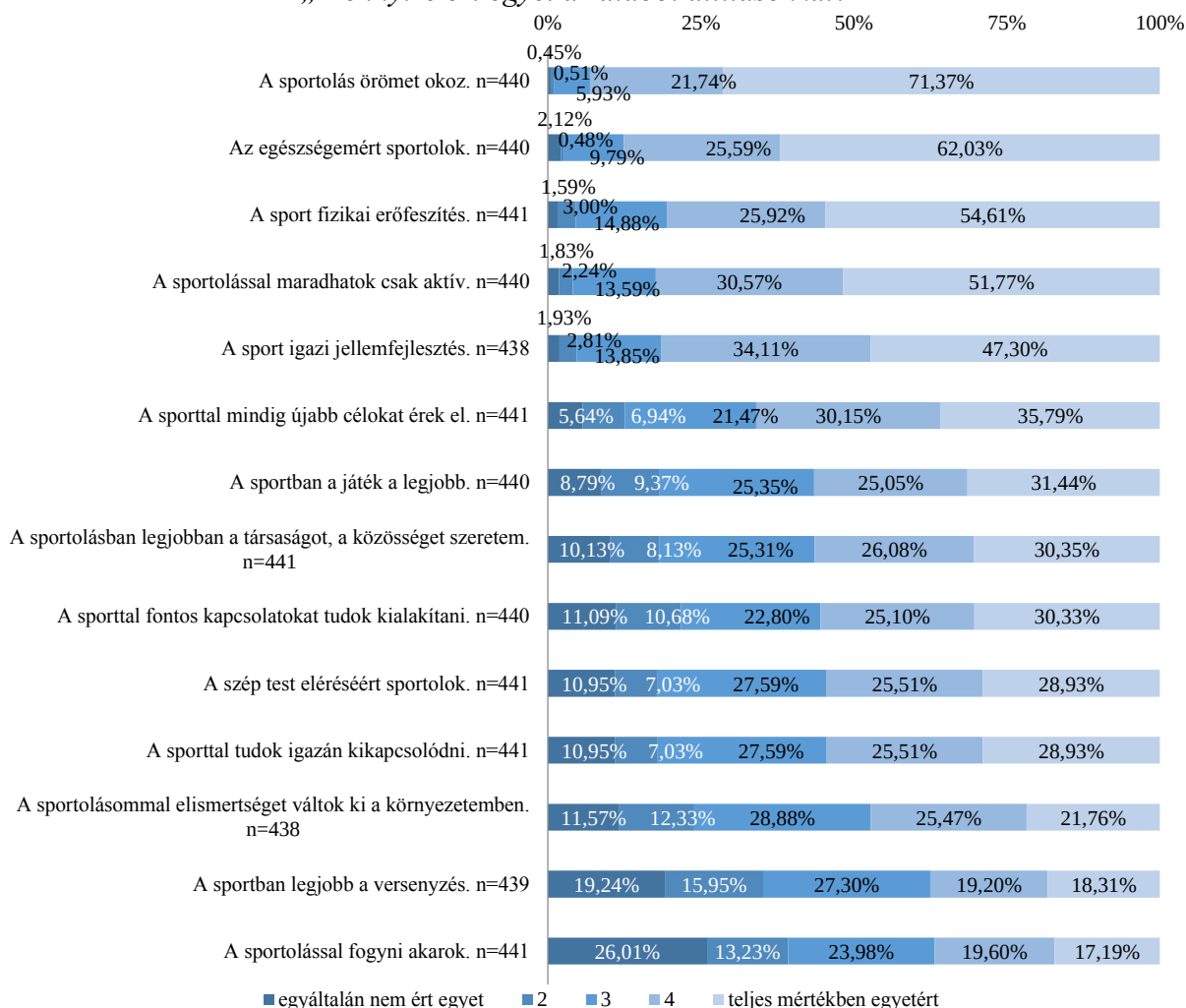
Forrás: saját szerkesztés

3.2. Sportolási motivációk

A minél szélesebb körű kép kialakítása érdekében, fontosnak tartottuk megvizsgálni a sportolási szokásokon túl a sportoláshoz kapcsolódó motivációkat is. Az alfejezetben összefoglaltuk a sportolási motivációk vizsgálatának eredményeit.

A vizsgálat során többször kértük a válaszadókat, hogy bizonyos állításokkal való egyetértésüket vagy egyet nem értésüket fejezzék ki. A sportolási *indítékokkal* kapcsolatos állításokat tartalmazó blokkra adott válaszok gyakorisági diagramját a 11. ábra mutatja. Az állításokat a válaszadók egy 5 fokozatú Likert-skálán értékelték, ahol az 1-es jelentette, hogy egyáltalán nem értenek egyet, míg az 5-ös, hogy teljes mértékben egyetértenek. A válaszadók legnagyobb arányban „A sportolás örömet okoz”, illetve „Az egészségemért sportolok” állításokkal értettek egyet. Az előbbi esetében 93,11%-uk míg az utóbbi esetében 87,62%-uk adott 4-es vagy 5-ös értéket. A válaszadók legmagasabb arányban „A sportolással fogyni akarok” állítással nem értettek egyet, 39,24%-uk adott erre 2-es vagy 1-es értéket, de hasonlóan magas volt az egyet nem értés aránya „A sportban legjobb a versenyzés” állítással is. A kapcsolódó teljes adatsor az 1. mellékletben található.

11. ábra: Sportolási indítékok
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”

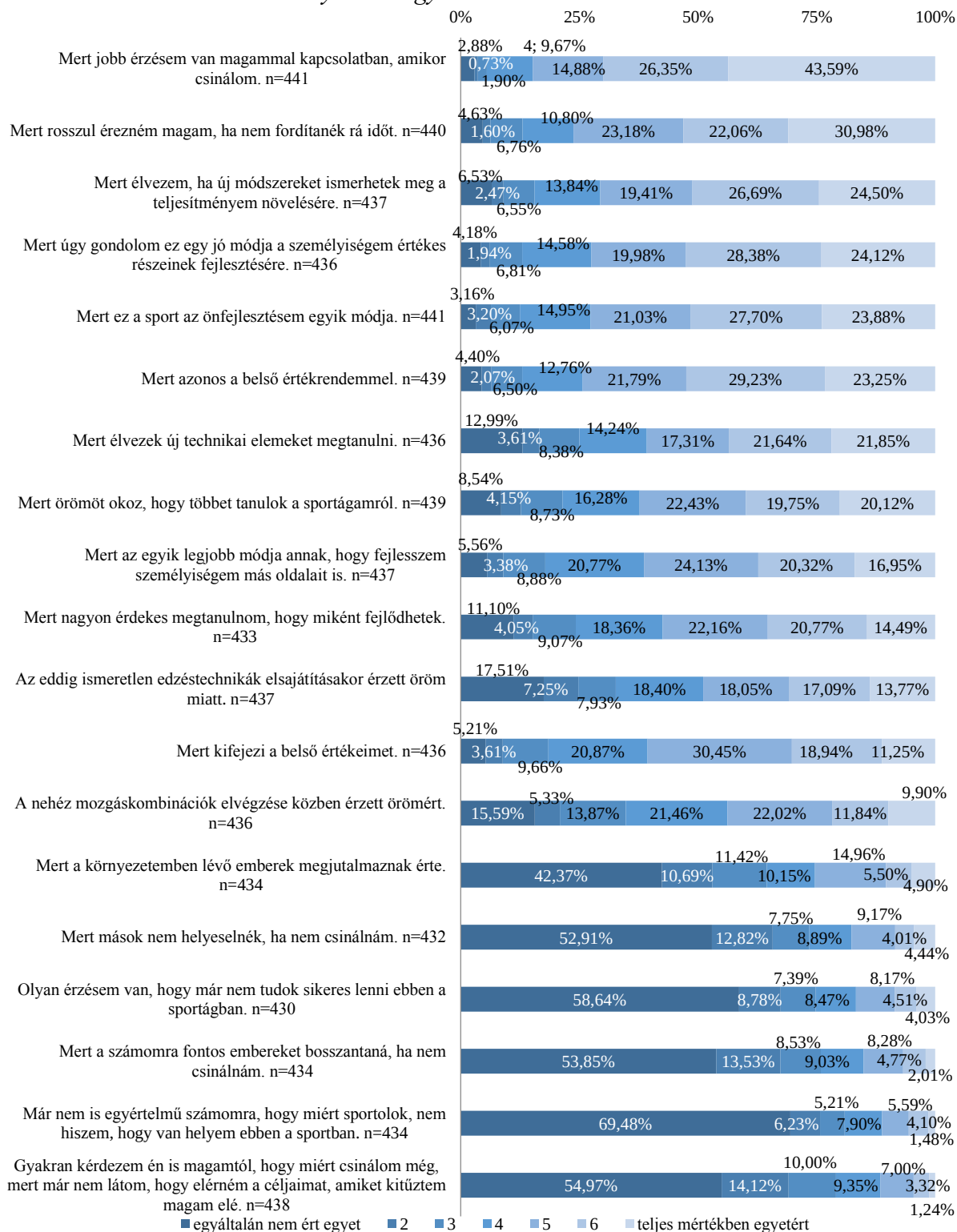


Forrás: saját szerkesztés

A sportmotivációt célzó állításokat tartalmazó blokkra adott válaszok gyakoriságait a 12. ábra foglalja össze, amely állításokat a válaszadók ez esetben egy 7 fokozatú Likert-skálán értékelték (1 – egyáltalán nem értenek egyet, 7 – teljes mértékben egyetértenek).

12. ábra: A sportolás motivációi

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

Ebben a blokkban arra voltunk kíváncsiak, miért űzik az elsődlegesen választott sportágakat. A fenti gyakorisági diagramon látható, hogy a megkérdezettek legnagyobb arányban azért űzik az elsődlegesen választott sportágat, mert jobb érzésük van magukkal kapcsolatban, amikor csinálják. 84,82%-uk adott erre az állításra 5-ös vagy annál nagyobb értéket. Magas volt az egyetértési arány a „*Mert rosszul érezném magam, ha nem fordítanék rá időt*” állítás esetében is. Az egyet nem értés tekintetében a legmagasabb arányt a „*Gyakran kérdezem én is magamtól, hogy miért csinálom még, mert már nem látom, hogy elérném a céljaimat, amiket kitűztem magam elé*”, illetve a „*Már nem is egyértelmű számomra, hogy miért sportolok, nem hiszem, hogy van helyem ebben a sportban*” állítások érték el. Az előbbi esetében 79,09%-uk míg az utóbbi esetében 80,92%-uk adott 3-as vagy kisebb értéket. A kapcsolódó teljes adatsor a 2. mellékletben található.

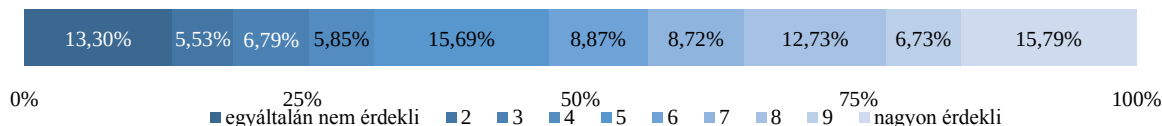
3.3. Sportok iránti érdeklődés

Fontos kérdéskörként kezeltük, hogy milyen a megkérdezettek érdeklődése a különféle sportok iránt. Az ezzel kapcsolatos eredményeket ebben az alfejezetben foglaltuk össze.

Megkérdeztük, hogy *mennyire érdekli a sport* egy 10 fokozatú skálán a válaszadókat, ahol az 1-es jelentette, hogy egyáltalán nem érdekli, míg a 10-es, hogy nagyon érdekli (13. ábra). 35,25%-ukat érdekli a sport, mert 8-as vagy annál nagyobb értéket jelölt, míg 25,62%-uk jelölt 3-as vagy annál kisebb értéket, azaz nem érdekli őket.

13. ábra: Sport iránti érdeklődés (n=1965)

„Mennyire érdekli Önt a sport?”



Forrás: saját szerkesztés

Vizsgálatunk tárgyát képezte az egyes *sportágak ismertsége*. Az ismertségekből készített szöfelhőn (14. ábra) minél nagyobb egy sportág felirata, annál ismertebb az adott sport. A 15. ábra foglalja össze a sportágak ismertségét a szerint, hogy a vizsgált sportágakat a válaszadók mekkora arányban ismerték. A legismertebb sportágak a labdarúgás, a kézilabda, az úszás, a futás, és a kosárlabda. A legkevésbé ismert sportág a vizsgáltak közül pedig egyértelműen az e-sport. Kevésbé ismert még a póker, a vitorlázás, és a konditermi sportok.

Külön fókuszba került az ismertségen túl a vizsgált sportágak iránti *érdeklődés* és a *szimpátia* is. Kiderült, a megkérdezettek leginkább a labdarúgás, az úszás, a kézilabda, az autósportok, és a vízilabda iránt érdeklődnek, ez a 16. ábra alapján látható. Legkevésbé a vitorlázás, a sakk, a póker, és a vívás érdekli őket. Figyelmet érdemel, hogy a következő kérdéseknél az e-sport esetében szisztematikusan jelentősen kevesebb válasz adódott a többi sportághoz képest.

A megkérdezés során vizsgáltuk, hogy milyen forrásokból szoktak *tájékozódni* a válaszadók a *sport hírekről*. A válaszadók kétharmada (65,05%-uk) használja erre a televíziót, negyedük (27,08%-uk) a közösségi média oldalakat. Ahogy azt a 17. ábra is mutatja, a többi vizsgált médium népszerűsége a sport hírek kapcsán elmarad ezektől.

14. ábra: Sportágak ismertségének szófelhője (n=2000)

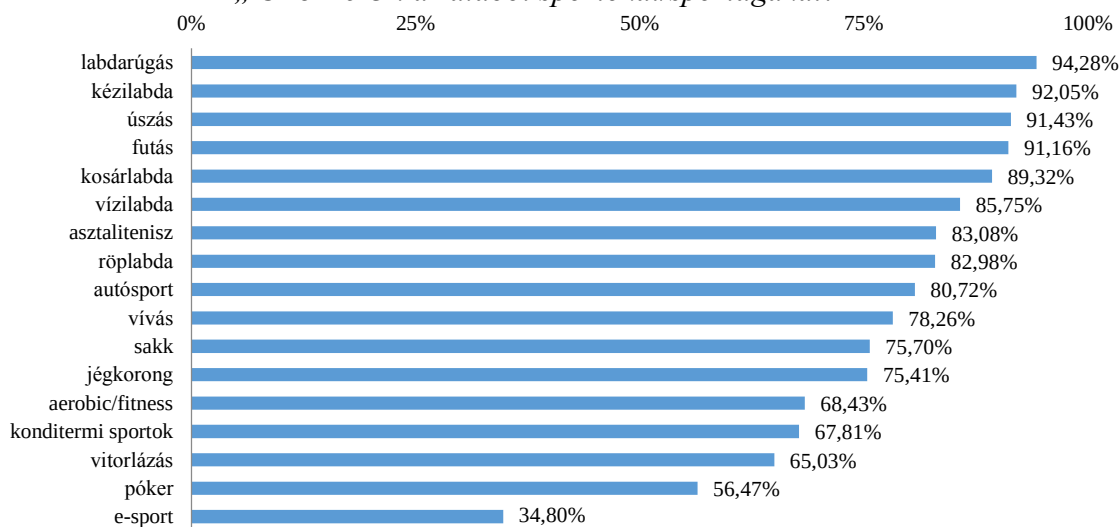
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat?”



Forrás: saját szerkesztés

15. ábra: Sportágak ismertsége (n=2000)

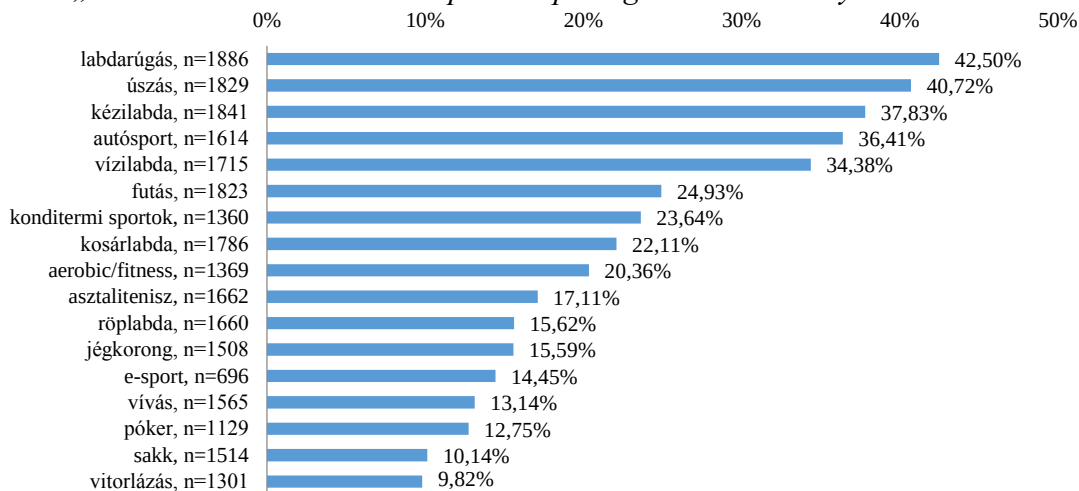
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat?”



Forrás: saját szerkesztés

16. ábra: Sportágak iránti érdeklődés

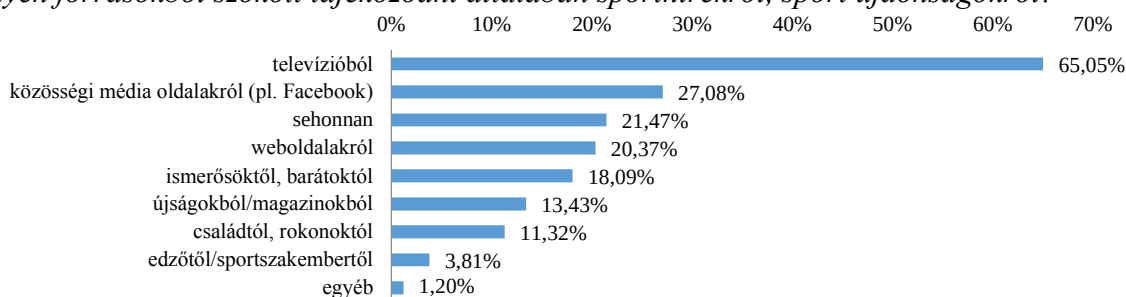
„Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt?”



Forrás: saját szerkesztés

17. ábra: Tájékozódás sporthírekről (n=2000)

„Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról?”

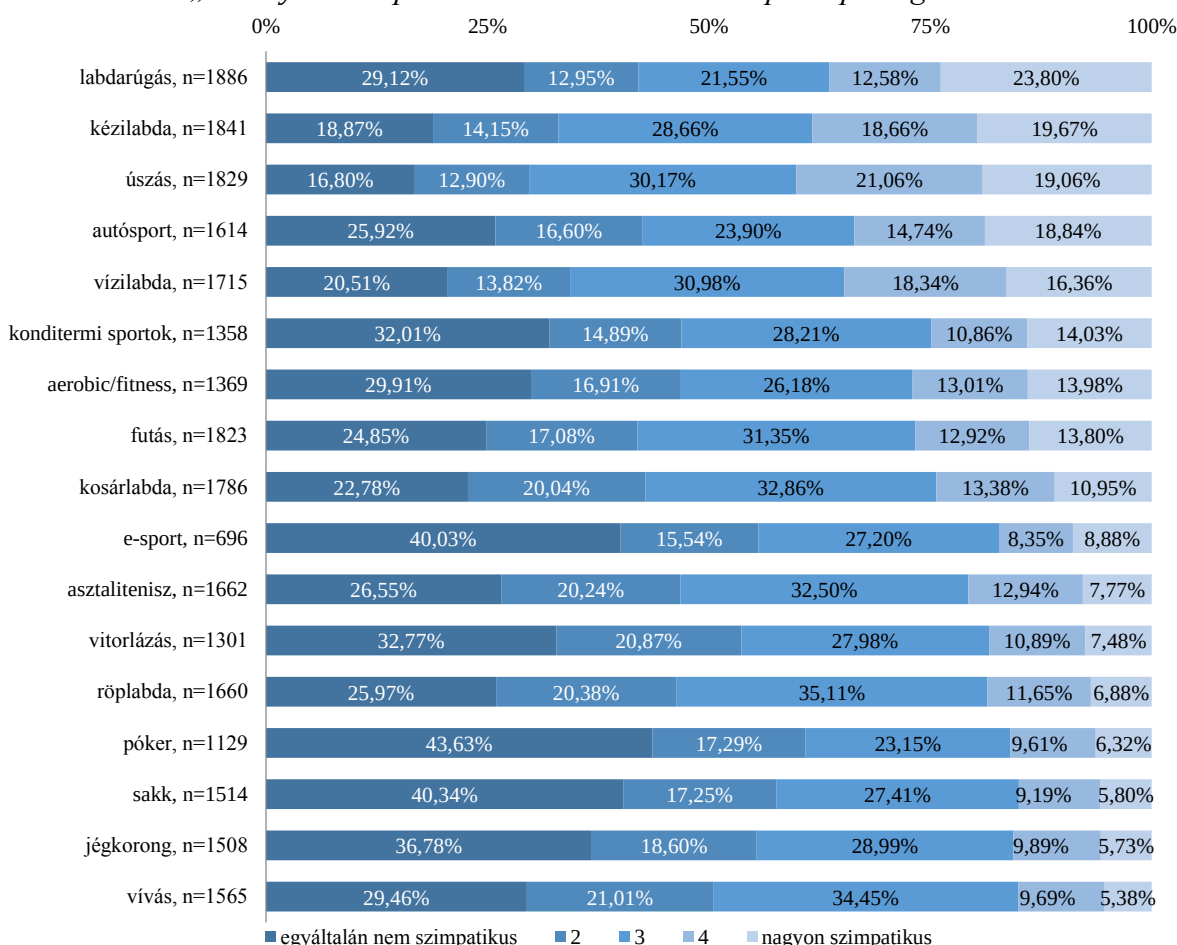


Forrás: saját szerkesztés

A sportágak iránti szimpátiát a megkérdezetteknek egy 5 fokozatú Likert-skálán kellett jelölniük, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem szimpatikus, az 5 pedig, hogy nagyon szimpatikus az adott sportág. A 18. ábra tartalmazza a sportágak iránti szimpátiával kapcsolatos válaszok gyakorisági diagramját. Az eredmények alapján a legszimpatikusabb sportágak a labdarúgás, a kézilabda, az úszás, az autósport, és a vízilabda, mert ezek esetében adtak a megkérdezettek a legnagyobb arányban 4-es vagy 5-ös értéket. A legszimpatikusabb öt sportág megegyezik azzal az öt sportággal, amely a legnagyobb érdeklődésre tart számot. Kiderült az is, hogy a legkevésbé szimpatikus sportágak a vívás, a jégkorong, a sakk és a póker.

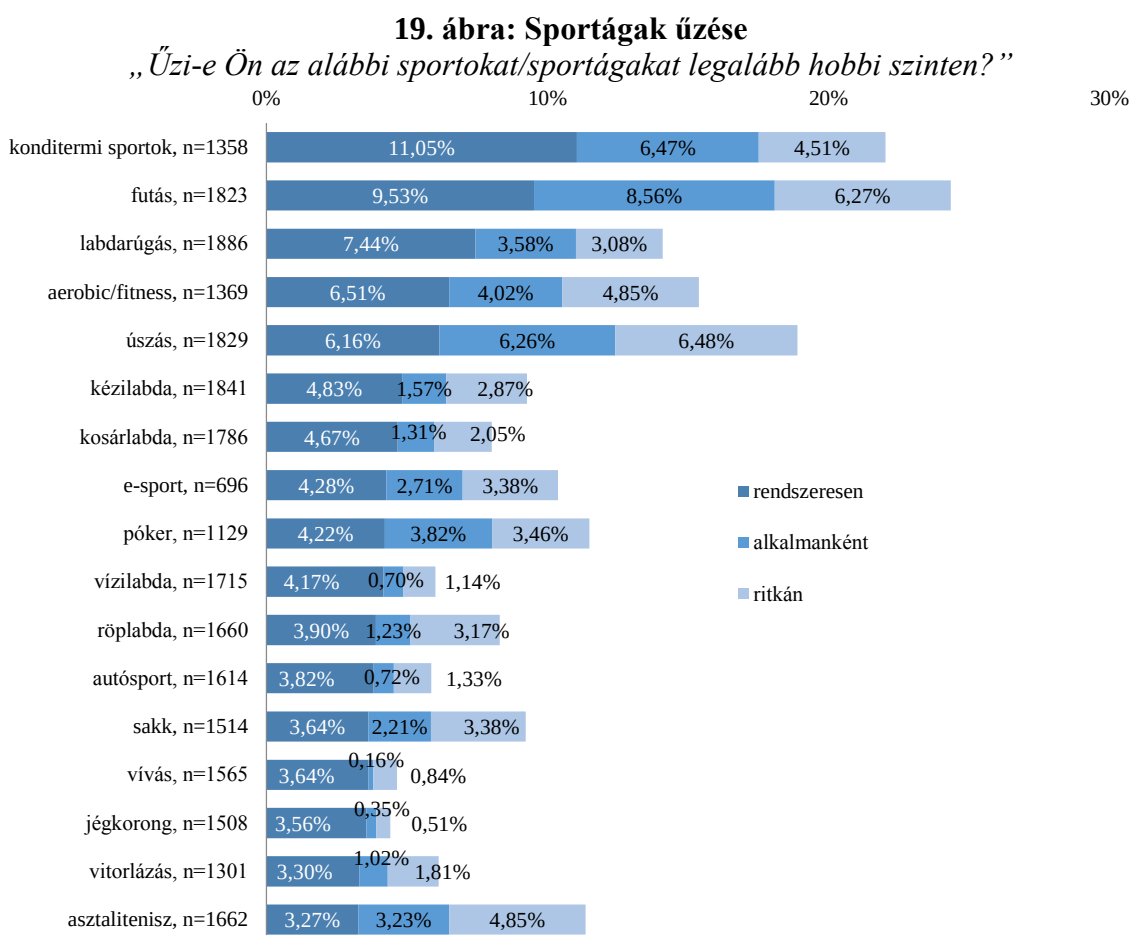
18. ábra: Sportágak iránti szimpátia

„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág?”



Forrás: saját szerkesztés

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy azok közül, akik ismerik is az adott sportágat, hányan és *milyen rendszerességgel űzik a vizsgált sportágakat*. Legnagyobb arányban konditermi sportokat űznek rendszeresen azok, akik ismerik ezeket (11,05%). Az alkalmanként űzött sportok esetében a futást űzik a legnagyobb arányban azok, akik ismerik ezt a sportágat (8,56%). Legkisebb arányban asztaliteniszeznek rendszeresen az azt ismerők (3,27%), de ebben az esetben magas azok aránya, akik csak alkalmanként (3,23%) vagy ritkán (4,85%) űzik ezt a sportot a többi hasonló helyzetben lévő sportághoz viszonyítva (19. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

3.4. Sportcélú költsékek

Az érdeklődésen túl szükségesnek tartottuk megvizsgálni a sporthoz kapcsolható egyéni szintű pénzköltési szokásokat. Az ezzel kapcsolatos eredményeket ebben az alfejezetben foglaltuk össze.

Kutatásunkban vizsgáltuk a *sporthoz kapcsolódó pénzköltségeket* (2. táblázat és 20. ábra), amiből kiderült, hogy a legtöbben sportcipőre (688 fő), illetve sportruházatra (550 fő) költenek a megkérdezettek közül. Sportcipőre átlagosan 27177 forintot, míg sportruházatra 27803 forintot költenek. Átlagosan a legtöbbet személyi edzőre költenek azok, akik költenek ilyenre, viszont ők mindösszesen csak 15 főt jelentenek a teljes mintán belül.

2. táblázat: Sporthoz kötődő pénzköltés

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre?

Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg!”

Tételek	Átlag (Ft)	Medián (Ft)	Módusz (Ft)	Szórás (Ft)	n=
személyi edzőre	74099	48400	10000	95909	15
sportklub, fitnesszterem stb., tagdíjra, bérletre	50271	36000	10000	48584	214
táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.)	37242	20000	10000	45952	124
sportfelszerelés bérlésére (síléc, teniszütő stb.)	33851	23941	50000	42131	36
sportruházatra	27803	20000	10000	37570	550
sportcipőre	27177	20000	20000	62027	688
sporteszközök, kellékek vásárlására	25399	11621	10000	39150	166
sportrendezvények látogatására (mérkőzések, versenyek, kiállítások, aerobic nap stb.)	21340	10000	10000	58743	216
sportverseny nevezésre (nevezési díj)	20171	10000	10000	24786	46
sportbiztosításra (balesetbiztosítás sportsérülések esetére)	15199	10000	10000	13208	41
sporttal kapcsolatos ajándéktárgyra	10923	10000	10000	10341	35
sporttal kapcsolatos applikációra	10339	5000	1000	13967	12
sporttal kapcsolatos újságokra, videókra, internetes tartalmakra	8948	5000	5000	11757	69

Forrás: saját szerkesztés

20. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltségek (fő) (n=2000)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre?”



Forrás: saját szerkesztés

A *sporttal kapcsolatos vásárlási szokások* kapcsán megállapítható, hogy a megkérdezettek leginkább saját maguknak, illetve a saját gyerekeknek vásárolnak ilyen termékeket, amit a 3. táblázat szemléltet. A válaszadók közül 722 fő vásárol saját magának, akik átlagosan a sporttal kapcsolatos vásárlásaik 80,99%-át költik saját magukra. 260 fő vásárol saját gyerekének, ők átlagosan az összes sporttal kapcsolatos vásárlásaik 63,92%-át költik saját gyerekeikre. Legkevésbé a szüleiknek, más gyerekeknek, illetve barátaiknak vásárolnak ilyen termékeket. Az arányok szemléltetésének érdekében az átlagokat súlyoztuk az elemszámokkal (21. ábra).

A vásárlási szokások kapcsán vizsgáltuk, hogy egyes sporttal kapcsolatos termékeket hol szoktak vásárolni a megkérdezettek. *Táplálékkiegészítőt* összesen 126 fő szokott vásárolni. A 22. ábra alapján látható, hogy legnagyobb arányban (az összes válasz 37,66%-a) olyan üzletben, ami kizárólag étrendkiegészítőt forgalmaz. Sokan vásárolnak még ilyen termékeket speciális sportruházati/kiegészítő üzletben is (az összes válasz 22,06%-a).

A *sportruházat* kapcsán egyértelműen megállapítható (23. ábra), hogy azt a legtöbben (az összes válasz 57,26%-a) speciális sportruházati/kiegészítő üzletben vásárolják. Ennél alacsonyabb arányban vásárolnak ruházati üzletben (az összes válasz 16,52%-a), illetve nagyobb élelmiszerláncokban (az összes válasz 14,19%-a) sportruházatot azok, akik ilyet szoktak venni. Edzőteremben, illetve sportesemény helyszínén a többi lehetőséghez képest elenyésző a vásárlás aránya.

Sporteszközöket és kellékeket a kitöltők közül 228 fő szokott vásárolni, leginkább speciális sportruházati/kiegészítő üzletben (az összes válasz 65,95%-a). A második legmagasabb arányban (az összes válasz 18,01%-a) interneten vásárolnak ilyen termékeket, igaz ez jelentősen elmarad a speciális sportruházati/kiegészítő üzletek eredményétől (24. ábra).

A 25. ábra mutatja a sporttal kapcsolatos *ajándéktárgyak* vásárlási helyszíneit. A válaszadók közül mindössze 37 fő szokott vásárolni ilyen terméket, közülük a legtöbben speciális sportruházati/kiegészítő üzletben (az összes válasz 43,72%-a), illetve interneten (az összes válasz 21,17%-a). Az előzőekben vizsgált termékekhez képest ebben az esetben magasabb a sportesemények helyszínén történő vásárlások aránya (az összes válasz 10,05%-a).

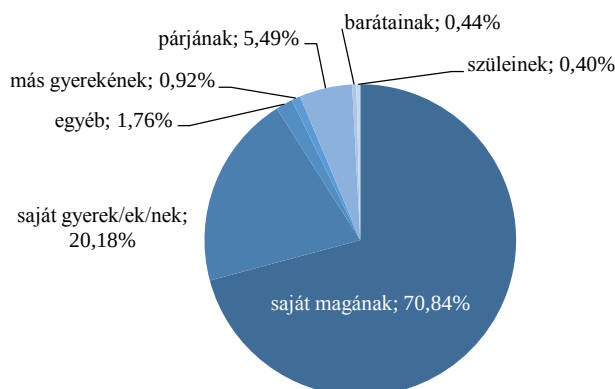
3. táblázat: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása

„Kinek vásárol elsősorban sporttal kapcsolatos dolgokat? Kérjük, tekintse az összes sporttal kapcsolatos vásárlásainak összegét 100%-nak, és ezt a 100%-ot ossza szét!”

	Átlag (%)	Medián (%)	Módusz (%)	Szórás (%)	n=
saját magának	80,99	100	100	28,42	722
saját gyerek/ek/nek	63,92	53,82	100	29,46	260
egyéb	58,58	40	100	37,73	25
más gyerekeknek	48,18	50	50	34,25	16
párjának	31,32	30	50	15,55	145
barátainak	19,34	20	20	11,42	19
szüleinek	18,67	20	20	11,63	18

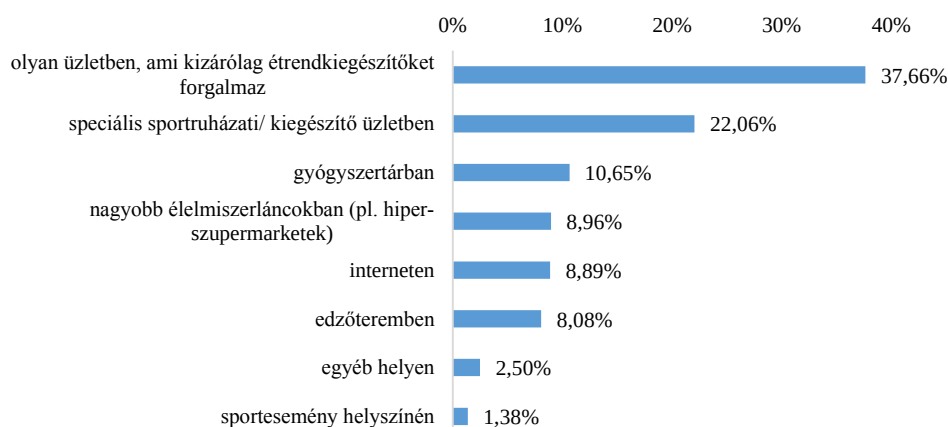
Forrás: saját szerkesztés

21. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása (a válaszok elemszámokkal súlyozva)
 „Kinek vásárol elsősorban sporttal kapcsolatos dolgokat? Kérjük, tekintse az összes sporttal kapcsolatos vásárlásainak összegét 100%-nak, és ezt a 100%-ot ossza szét!”



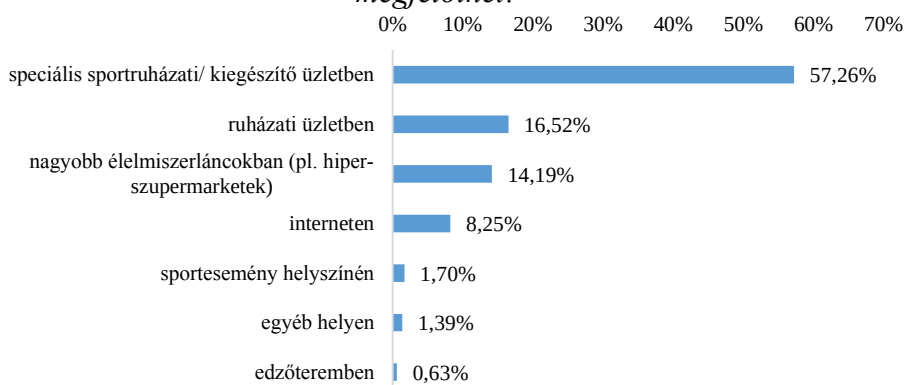
Forrás: saját szerkesztés

22. ábra: Táplálékkiegészítők vásárlása (n=144, összes válasz)
 „Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



Forrás: saját szerkesztés

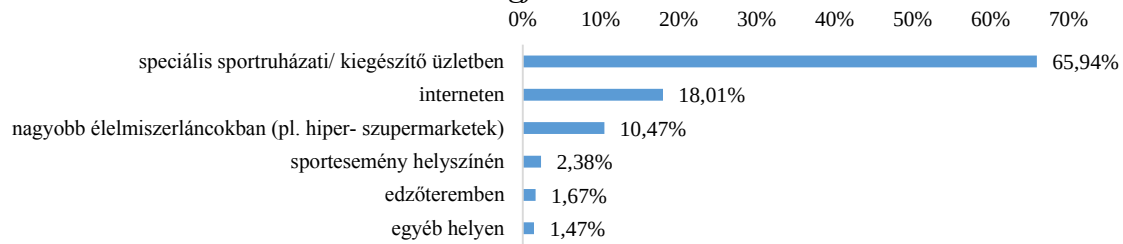
23. ábra: Sportruházat vásárlása (n=683, összes válasz)
 „Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



Forrás: saját szerkesztés

24. ábra: Sporteszközök, kellékek vásárlása (n=257, összes válasz)

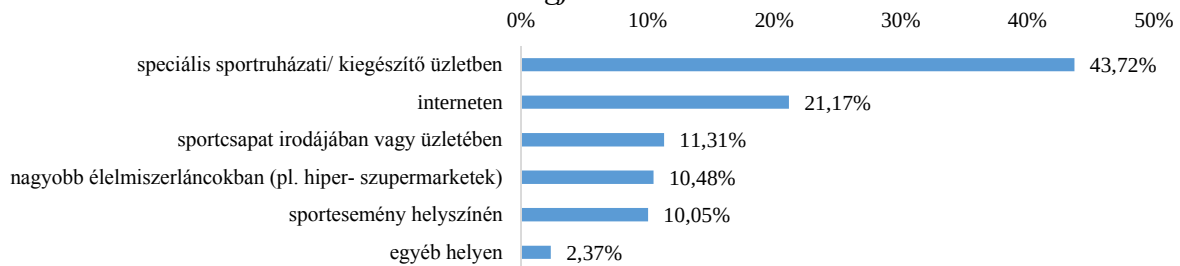
„Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



Forrás: saját szerkesztés

25. ábra: Sporttal kapcsolatos ajándéktárgyak vásárlása (n=47, összes válasz)

„Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket? Több válaszlehetőséget is megjelölhet!”



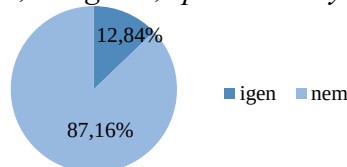
Forrás: saját szerkesztés

3.5. Sportcélú utazás

A sportcélú költsékek mellett a sportcélú utazások is részét képezték a kutatásunknak. Kiderült, hogy a megkérdezettek 12,84%-a szokott *sportcéllal utazni* (26. ábra). Közülük a többség, 86,64%-uk vett részt ilyen célú utazáson *Magyarországon belül*, az elmúlt egy évben (27. ábra). A Magyarországon utazók 59,93%-a öt vagy annál kevesebbszer utazott, de kiugró adatnak számít, hogy 18,28%-uk tízszer is (28. ábra).

26. ábra: Sportcélú utazás (n=2000)

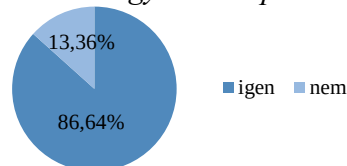
„Szokott-e sport céllal (sportolás, látogatás, sportesemény megtekintése) utazni?”



Forrás: saját szerkesztés

27. ábra: Magyarországi sportcélú utazás (n=257)

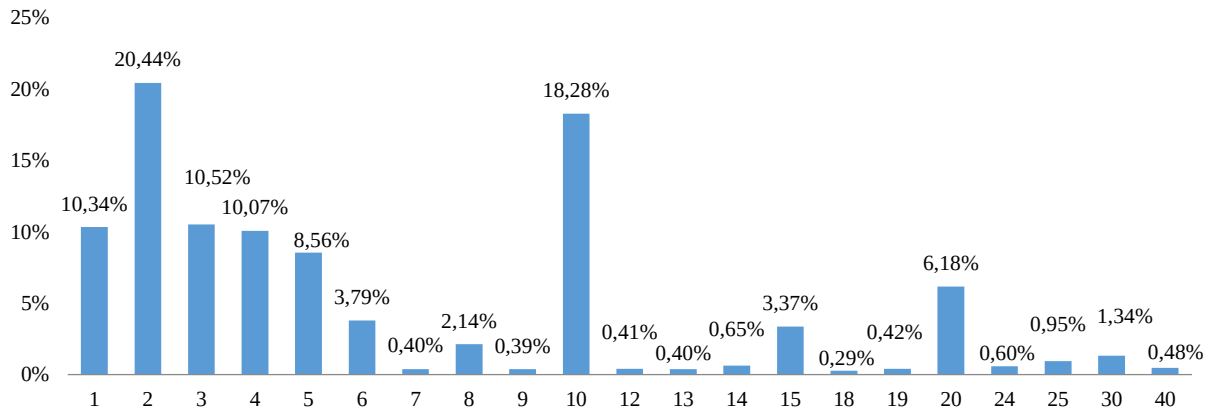
„Utazott-e Magyarországon belül az elmúlt egy évben sportrendezvény/sportolás miatt?”



Forrás: saját szerkesztés

28. ábra: Utazási gyakoriság Magyarországon (n=257)

„Utazott-e Magyarországon belül az elmúlt egy évben sportrendezvény/sportolás miatt?
Hozzávetőleg hányszor?”



Forrás: saját szerkesztés

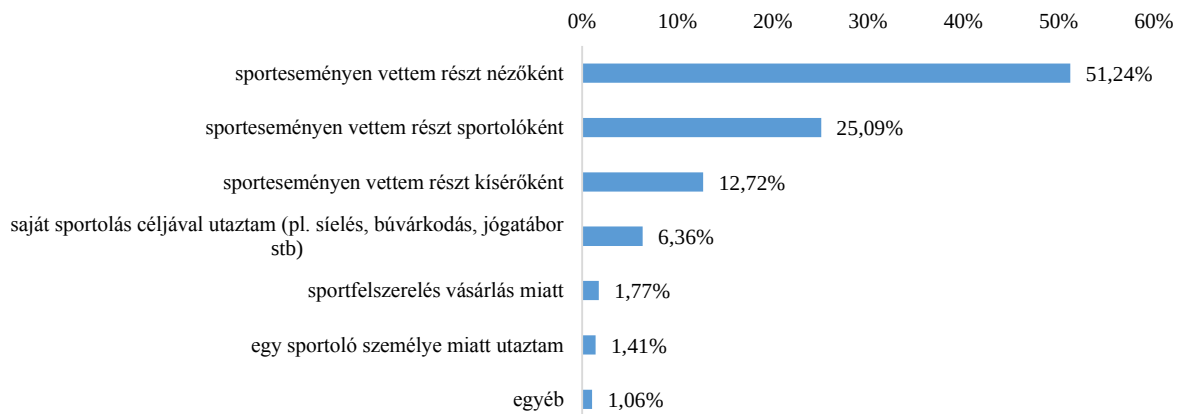
A magyarországi sporttal kapcsolatos utazások célját tekintve a válaszadók legtöbbször (az összes válasz 51,24%-a), azért utaztak, hogy részt tudjanak nézőként adott sporteseményeken, de sokszor (az összes válasz 25,09%-a) utaztak azért is, hogy sportolóként vegyenek részt ilyen eseményeken (29. ábra).

Azok közül, akik szoktak sportcéllal utazni, 17,71% utazott *külföldre* az elmúlt egy évben (30. ábra). A legtöbben közülük, 72,96%-uk csak egyszer (31. ábra). A három vagy annál többszöri ilyen utazás nem jellemző.

A *külföldi sportcélú utazások okát* tekintve nagyon hasonló a helyzet a magyarországi utazásokhoz (32. ábra). Legtöbbször azért utaztak a megkérdezettek, hogy részt tudjanak venni sporteseményen nézőként (az összes válasz 41,18%-a) vagy sportolóként (az összes válasz 23,53%-a). Ami különbséget jelent a magyarországi utazásokhoz képest, hogy a saját sportolás céljával való utazás magasabb arányt (az összes válasz 19,61%-a) ért el.

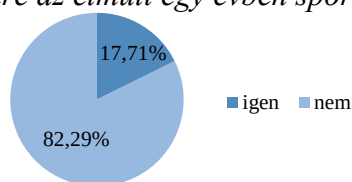
29. ábra: A magyarországi sporttal kapcsolatos utazások célja (n=283, összes válasz)

„Az alábbiak közül milyen céllal utazott az elmúlt egy évben sport miatt
Magyarországon belül? Több választ is megjelölhet!”



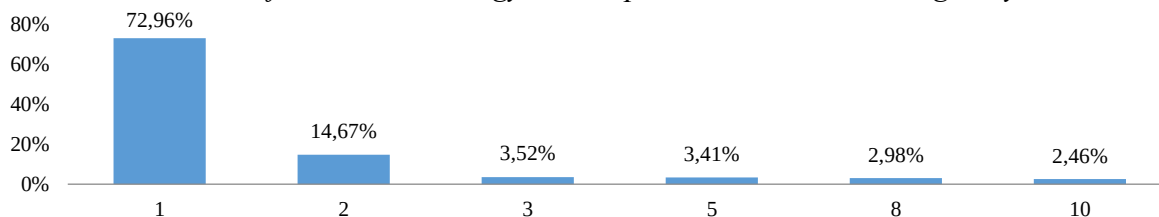
Forrás: saját szerkesztés

30. ábra: Külföldi sportcélú utazás (n=257)
 „Utazott-e külföldre az elmúlt egy évben sport miatt?”



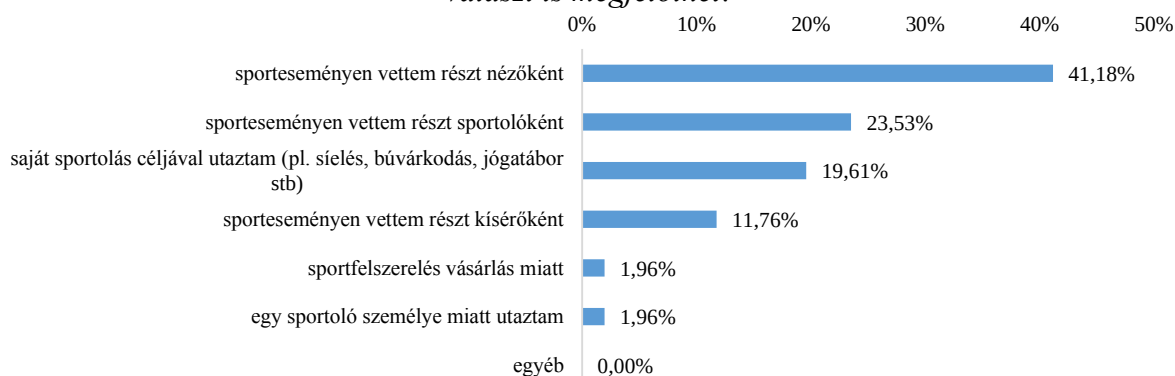
Forrás: saját szerkesztés

31. ábra: Utazási gyakoriság külföldre (n=257)
 „Utazott-e külföldre az elmúlt egy évben sport miatt? Hozzávetőleg hányszor?”



Forrás: saját szerkesztés

32. ábra: A külföldi sporttal kapcsolatos utazások célja (n=51, összes válasz)
 „Az alábbiak közül milyen céllal utazott az elmúlt egy évben sport miatt külföldre? Több választ is megjelölhet!”



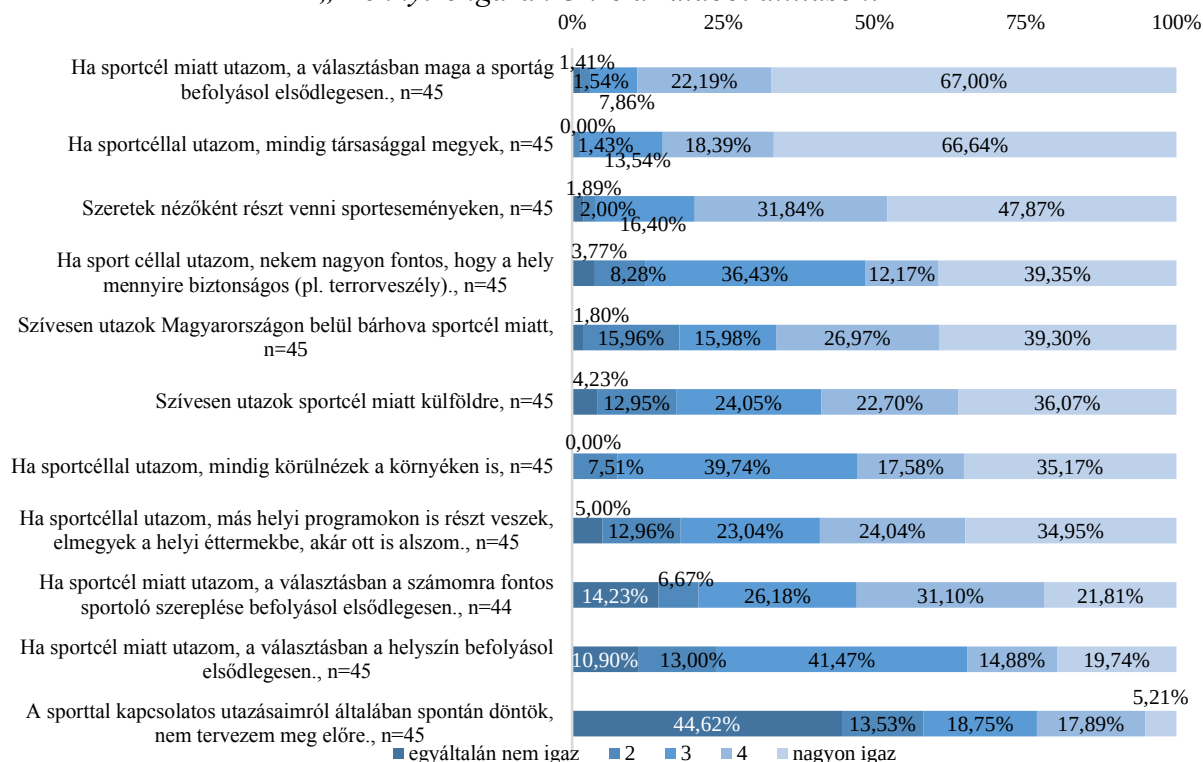
Forrás: saját szerkesztés

Megkérdezésünkben egy blokk sportcélú utazásokkal kapcsolatos állításokat tartalmazott, amelyben a válaszadóknak 5 fokozatú Likert-skálán kellett értékelniük az egyetértésüket, ahol az 1-es jelentette, hogy egyáltalán nem értenek egyet, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetértenek.

A 33. ábra tartalmazza a *sportcélú utazásokkal* kapcsolatos állítás blokk válaszainak gyakorisági diagramját, ami az alacsony elemszám miatt tájékoztató jellegű. A sportcéllal utazók leginkább a „Ha sportcél miatt utazom, a választásban maga a sportág befolyásol elsődlegesen”, illetve a „Ha sportcéllal utazom, mindig társasággal megyek” állításokkal értettek egyet. Az előbbi esetében 89,19%-uk, míg utóbbi esetében 85,03%-uk jelölt 4-es vagy 5-ös értéket. Leginkább pedig „A sporttal kapcsolatos utazásaimról általában spontán döntök, nem tervezem meg előre” nem értettek egyet, 58,15%-uk jelölt 2-es vagy 1-es értéket. Látható, hogy sporttal kapcsolatosan sokan utaznak azért, hogy részt vegyenek különféle sporteseményeken. A kapcsolódó teljes adatsor a 3. mellékletben található.

33. ábra: Sportcélú utazással kapcsolatos tulajdonságok

„Mennyire igazak Önre az alábbi állítások?”



Forrás: saját szerkesztés

3.6. Sportolókhoz, sportokhoz kapcsolódó értékelés

Kíváncsiak voltunk arra is, hogy a válaszadók milyen tulajdonságokat kapcsolnak a különféle sportoló típusokhoz. A *hobby, laikus sportolók* esetében a legnagyobb arányt a „jól érzi magát”, az „öröm”, a „szabad”, és a „nő” tulajdonságok érték el. Az *egyéni sportolók* esetében a „sikeres, elismert”, a „gazdagság, pénz”, a „férfi”, és a „nagyrabecsülés”, míg a *csapatban profi sportolók* esetében a „sikeres, elismert”, az „odafigyel másokra”, a „férfi” és a „gazdagság, pénz” tulajdonságok voltak a legjellemzőbbek a válaszadók számára. A fenti három típushoz képest a *szellemi sportolókhoz* és az *e-sportolókhoz* alacsonyabb arányban tudtak csak a válaszadók tulajdonságokat párosítani. Az előbbi esetében jellemző a „kreativitás”, a „férfi”, a „nő”, és az „öröm” tulajdonságok, míg az utóbbi esetében leginkább a „modern” tulajdonság. A „lassú” tulajdonságot a legtöbben nem tudták besorolni egyik sportoló típushoz sem (4. táblázat).

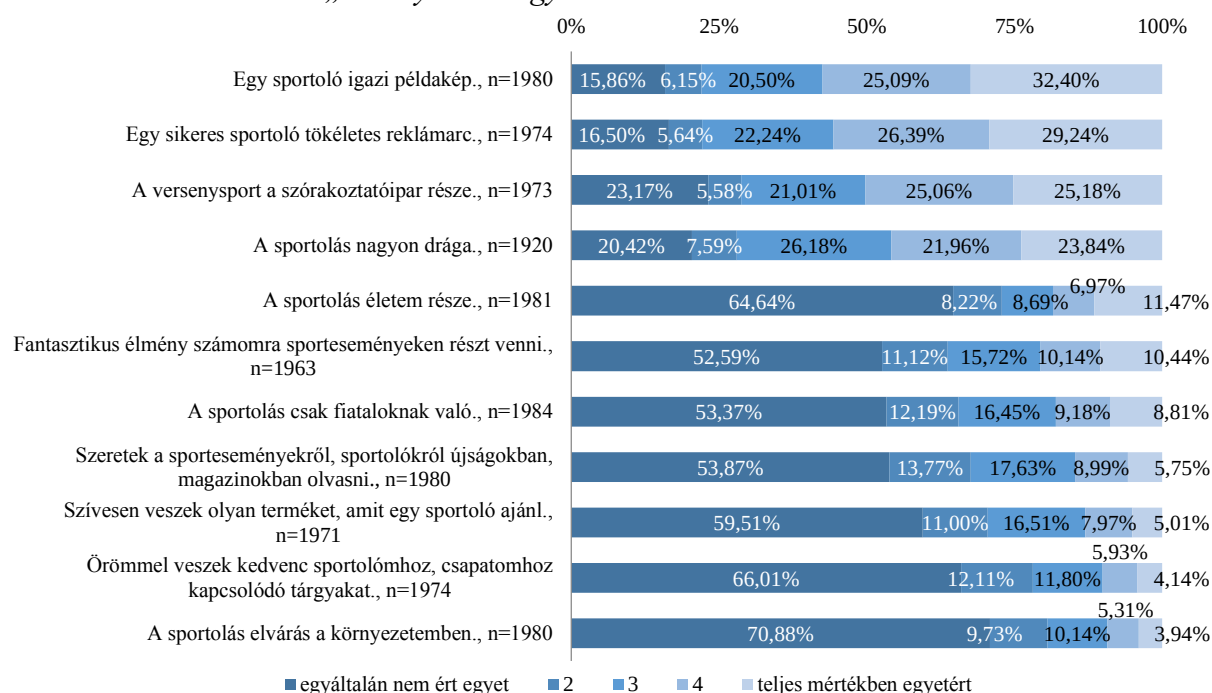
Megkérdezésünkben kíváncsiak voltunk a válaszadók különféle *attitűdállításokkal* való egyetértésére. Ezek esetében egy 5 fokozatú Likert-skálán kértük a megkérdezetteket véleményük kifejezésére, ahol az 1-es jelentette, hogy egyáltalán nem értenek egyet, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetértenek az adott attitűdállítással. A 34. ábra és a 35. ábra az attitűdállítások válaszainak gyakorisági diagramjai. Ennek alapján a válaszadók leginkább az „Egy sportoló igazi példakép”, illetve az „Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc” állításokkal értettek egyet, ezekre adták a legmagasabb arányban a 4-es vagy 5-ös értékeket. Magas az egyetértés még „A versenysport a szórakoztatóipar része” és a „Sportolás nagyon drága” állításokkal, míg a többi állítás esetén általánosan magas az egyet nem értés aránya. A 34. ábrához kapcsolódó teljes adatsor a 4. mellékletben található.

4. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok (n=2000)
 „Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”

Tulajdonság	hobby, laikus sportoló	egyéni sportoló	csapatban profi sportoló	szellemi sportoló	e-sportoló	egyikhez sem
kreativitás	33,29%	40,14%	37,21%	39,43%	20,80%	8,57%
gazdagság, pénz	9,24%	74,07%	56,99%	17,07%	12,27%	6,61%
férfi	41,74%	70,68%	61,28%	39,05%	32,31%	10,72%
nagyra becsülés	16,10%	71,32%	52,86%	25,39%	10,12%	8,00%
nő	50,23%	62,32%	55,17%	38,92%	25,64%	11,13%
új dolgok kipróbálás	42,60%	37,36%	28,18%	26,57%	30,69%	8,35%
fiatal	44,83%	60,73%	51,80%	33,56%	34,30%	9,51%
odafigyel másokra	26,49%	27,12%	67,90%	16,50%	9,99%	8,03%
alázatos, szerény, visszafogott	34,31%	26,09%	29,16%	22,03%	6,65%	24,14%
tradicionális/hagyománykövető	31,22%	29,63%	34,72%	19,55%	4,92%	22,38%
szabad	56,49%	35,56%	24,29%	25,98%	19,78%	11,75%
lassú	19,61%	6,68%	4,35%	21,14%	7,63%	52,20%
siker, elismert	10,97%	81,15%	62,58%	24,06%	10,87%	5,86%
gyors	18,88%	69,23%	56,58%	18,64%	15,39%	10,04%
kalandok, érdekes élet	27,18%	59,07%	50,99%	15,37%	10,92%	10,74%
tisztelet	28,22%	64,76%	54,60%	30,10%	13,49%	9,13%
becsület	48,36%	50,17%	46,37%	35,74%	21,03%	12,05%
modern	25,78%	33,41%	27,57%	28,53%	45,97%	9,84%
jól érzi magát	61,94%	56,16%	49,45%	35,15%	29,19%	5,87%
öröm	61,79%	61,47%	54,95%	38,47%	30,19%	6,26%

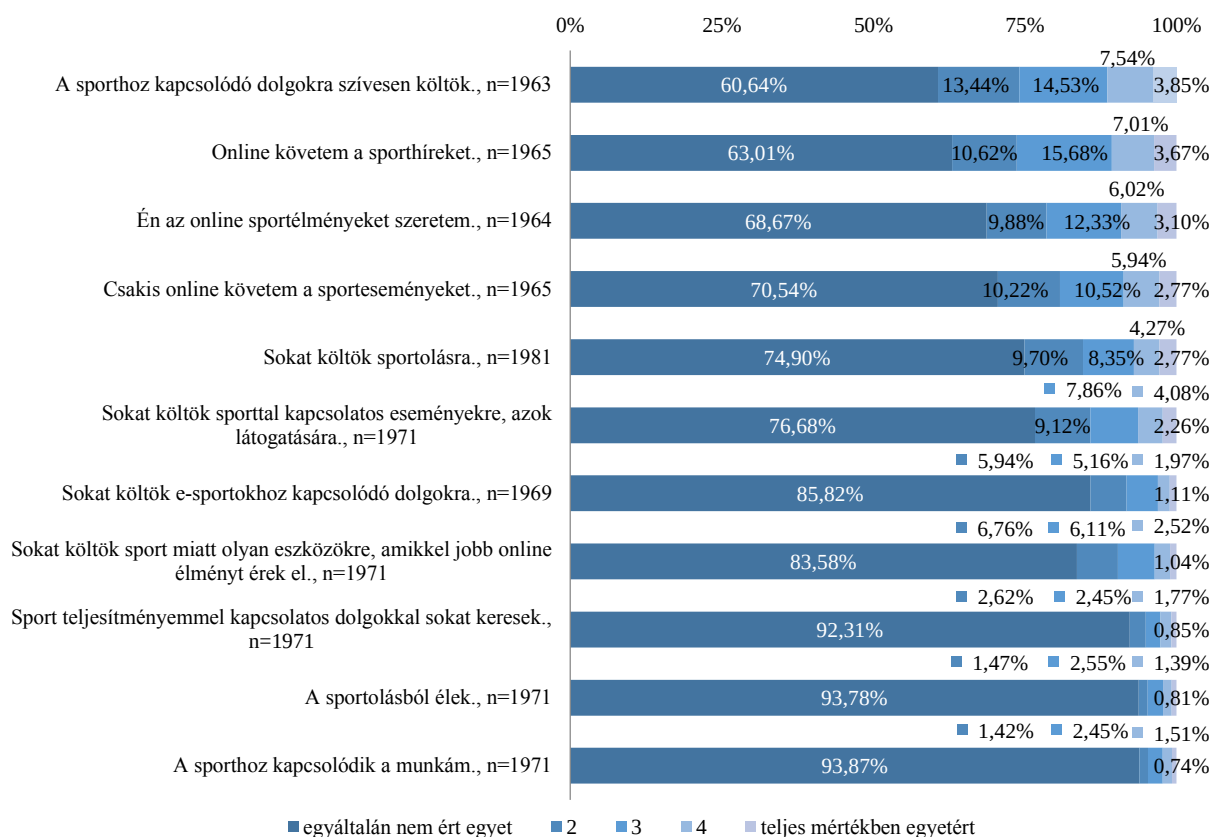
Forrás: saját szerkesztés

34. ábra: Attitűdállítások (válaszok gyakorisága) I.
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

35. ábra: Attitűdállítások (válaszok gyakorisága) II.
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”

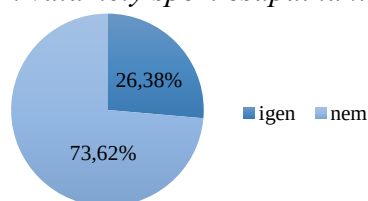


Forrás: saját szerkesztés

3.7. Szurkolói magatartás

Vizsgálatunk tárgyát képezték a megkérdezettek szurkolással kapcsolatos beállítódásai is. A válaszadók 26,38%-a *szurkol* valamely sport csapatnak (36. ábra). A legtöbben az FTC-nek szurkolnak (18,26%), de sok a Real Madrid (11,02%), a Győri Audi ETO KC (9,99%), és az FC Barcelona (7,31%) szurkoló is. A további csapatokat, amiknek még a válaszadók szurkolnak, a 37. ábra foglalja össze. Az eredményekből egyértelmű, hogy a szurkolók közül legtöbben, kétharmaduk (66,74%) labdarúgó csapatnak szurkol, amely arány kiemelkedő az összes többi sporthoz viszonyítva. A második legmagasabb arány a kézilabda csapatoké, ami a 16,09%-os értéket éri csak el. A többi sportágban tevékenykedő csapatoknak ennél kevesebben szurkolnak, amit a 38. ábra foglal össze.

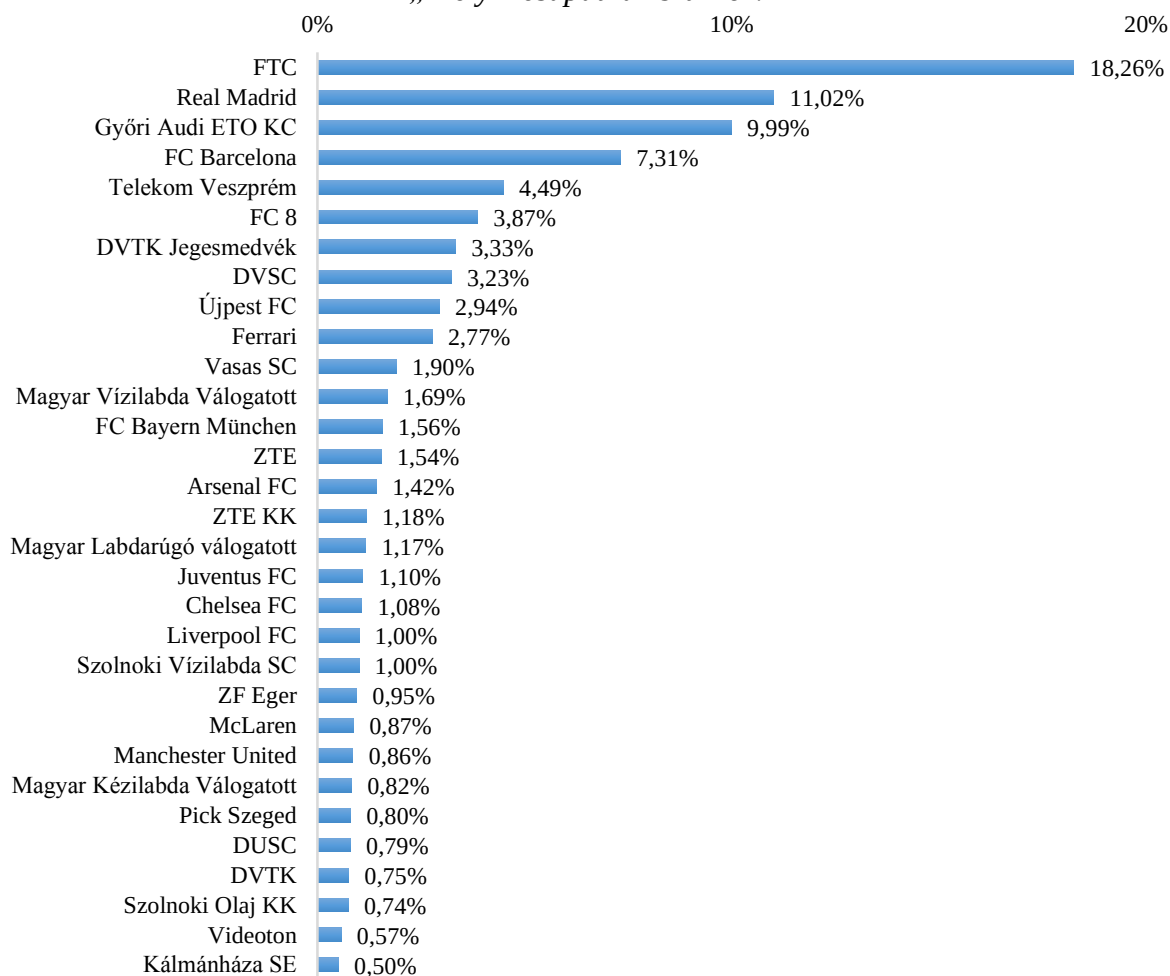
36. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=2000)
 „Szurkol-e Ön valamely sport csapatnak?”



Forrás: saját szerkesztés

37. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=507)

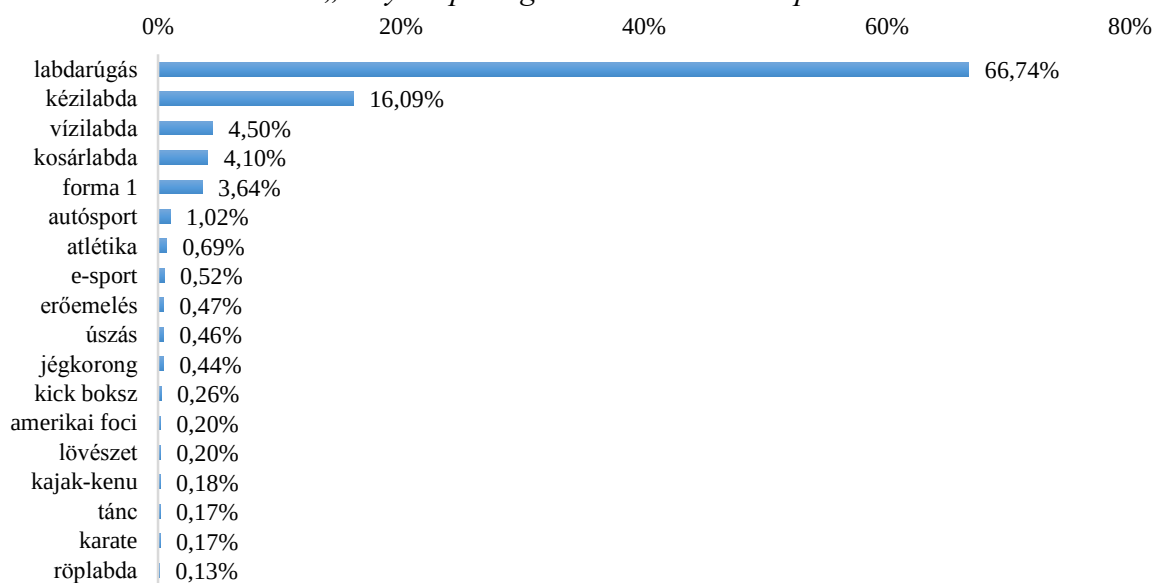
„Melyik csapatnak szurkol?”



Forrás: saját szerkesztés

38. ábra: Szurkolás sport csapatoknak (n=526)

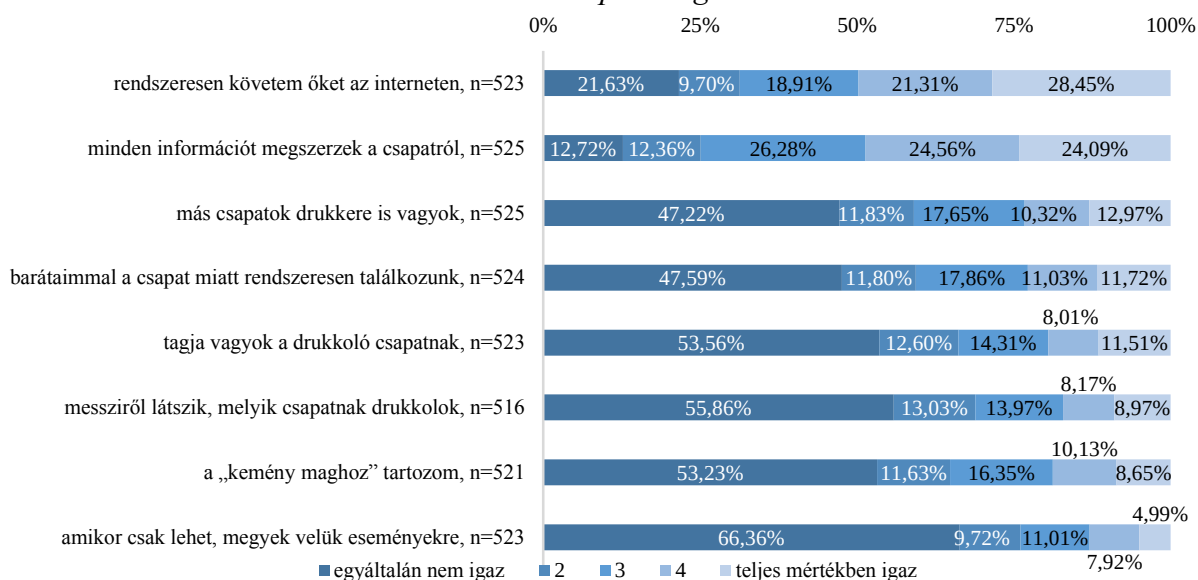
„Milyen sportághoz tartozik ez a csapat?”



Forrás: saját szerkesztés

A csapatoknak való szurkolással kapcsolatosan is beépítettünk egy állítás blokkot a megkérdezésbe, ami egy 5 fokozatú Likert-skálán mérte a szurkolók egyetértését különböző állításokkal kapcsolatosan. Az 1 jelentette, hogy az adott állítás egyáltalán nem igaz az adott kitöltőre, míg az 5, hogy teljes mértékben igaz. A sportcsapatoknak való szurkolással kapcsolatos állításokra adott válaszok gyakorisági diagramja (39. ábra) mutatja, hogy a legnagyobb arányban a szurkolók a „rendszeresen követem őket az interneten”, illetve a „minden információt megszerzek a csapatról” állításokat tartották igaznak magukra vonatkoztatva. Előbbi esetében 49,76%-uk, míg utóbbi esetében 48,65%-uk jelölt 4-es vagy 5-ös értéket. Legkevésbé az „amikor csak lehet, megyek velük eseményekre”, „a „kemény maghoz” tartozom” és a „messziről látszik, melyik csapatnak drukkolok” állításokat tartották igaznak magukkal kapcsolatban, ezekre adtak a legnagyobb arányban 2-es vagy 1-es értéket.

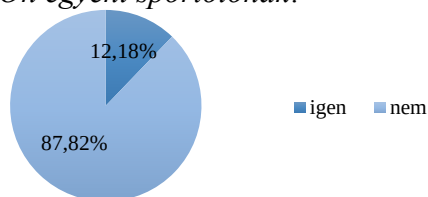
39. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol?”



Forrás: saját szerkesztés

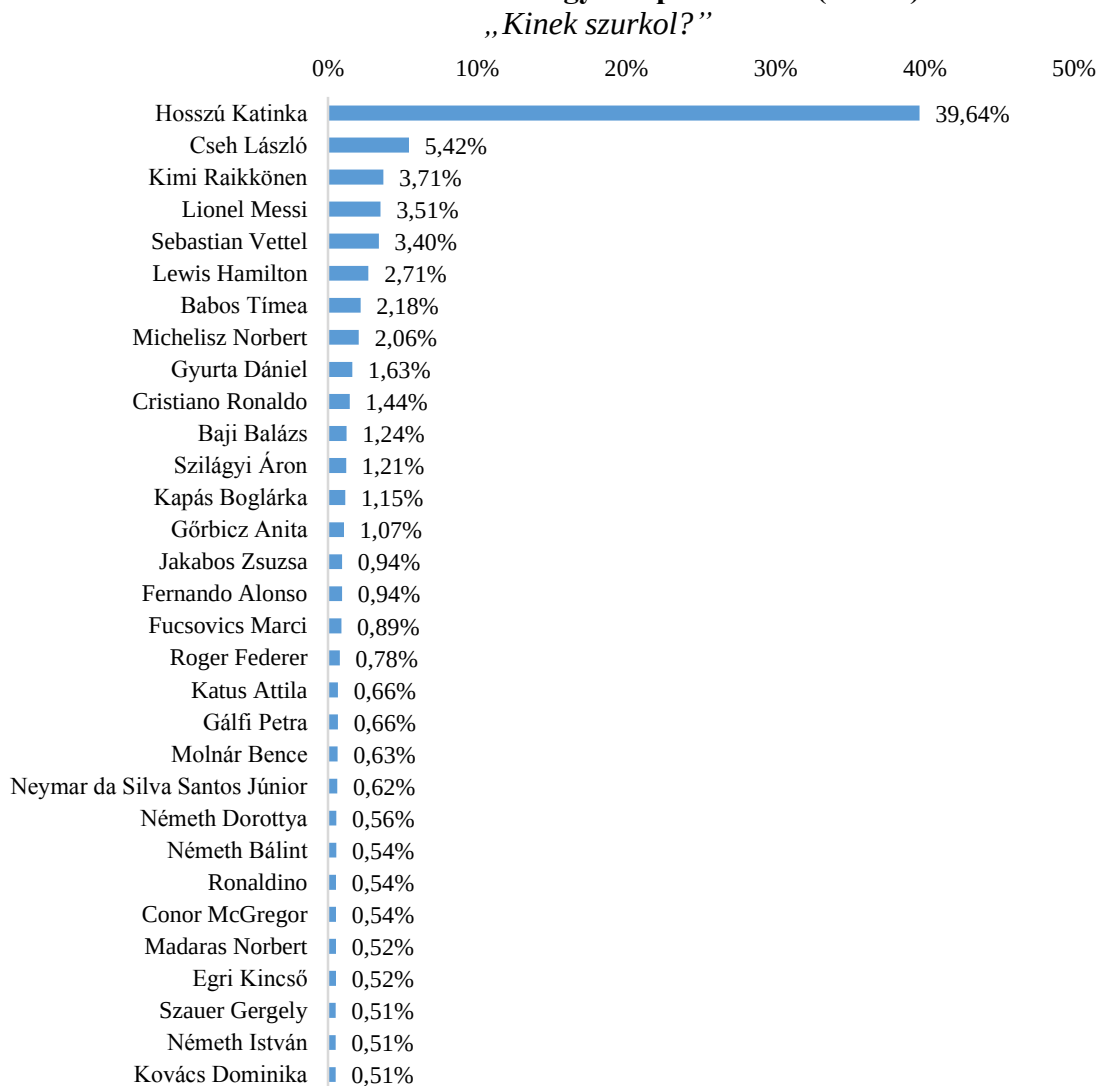
Megkérdezésünkben külön vizsgáltuk az *egyéni sportolónak történő szurkolást*. Kiderült, a megkérdezettek 12,18%-a szurkol egyéni sportolónak (40. ábra). Az egyéni sportolók kapcsán egyértelmű, hogy Hosszú Katinkának szurkolnak a legtöbben, az összes szurkoló 39,64%-a szurkol neki. Cseh László a második a rangsorban, de az ő esetében ez már csak a szurkolók 5,4%-át jelenti (41. ábra).

40. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=2000)
„Szurkol-e Ön egyéni sportolónak?”



Forrás: saját szerkesztés

41. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=229)



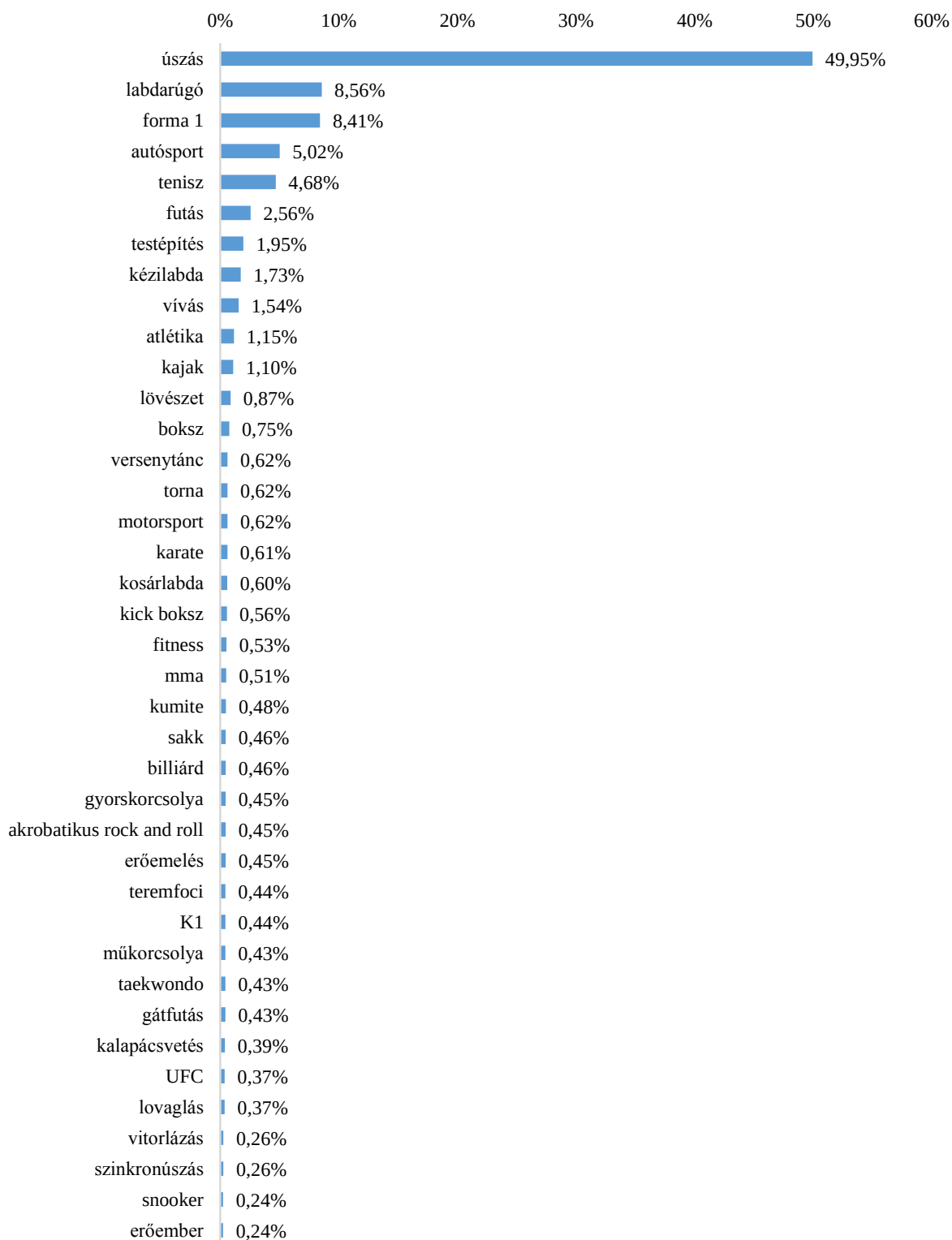
Forrás: saját szerkesztés

A sportágak tekintetében úszóknak drukkolnak a legtöbben, ez a szurkolók fele (49,95%). Őket követik a labdarúgók (8,56%), illetve a Forma 1-es pilóták (8,41%). A további egyéni sportolóknak való szurkolással kapcsolatos sportágakat a 42. ábra foglalja össze.

Az egyéni szurkolással kapcsolatosan is beépítettünk egy állítás blokkot a megkérdezésünkbe, amely egy 5 fokozatú Likert-skálán mérte a szurkolók egyetértését különböző állításokkal kapcsolatosan. Az 1 jelentette, hogy az adott állítás egyáltalán nem igaz az adott kitöltőre, míg az 5, hogy teljes mértékben igaz. A 43. ábra az egyéni sportolóknak való szurkolással kapcsolatos állításokra adott válaszok gyakorisági diagramja. A legnagyobb arányban a szurkolók a „reklámokban is szívesen veszem a megjelenését”, illetve a „szoktam róla a barátaimmal beszélgetni” állításokat tartották igaznak magukra vonatkoztatva. Előbbi esetében 61,75%-uk, míg utóbbi esetében 51,15%-uk jelölt 4-es vagy 5-ös értéket. Legkevésbé az „amikor csak lehet, megyek a versenyekre, a vele kapcsolatos eseményekre” és a „személyesen ismerem” állításokat tartották igaznak magukkal kapcsolatban, ezekre adtak a legnagyobb arányban 2-es vagy 1-es értéket. A 43. ábrához kapcsolódó teljes adatsor az 5. mellékletben található.

42. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak (n=244)

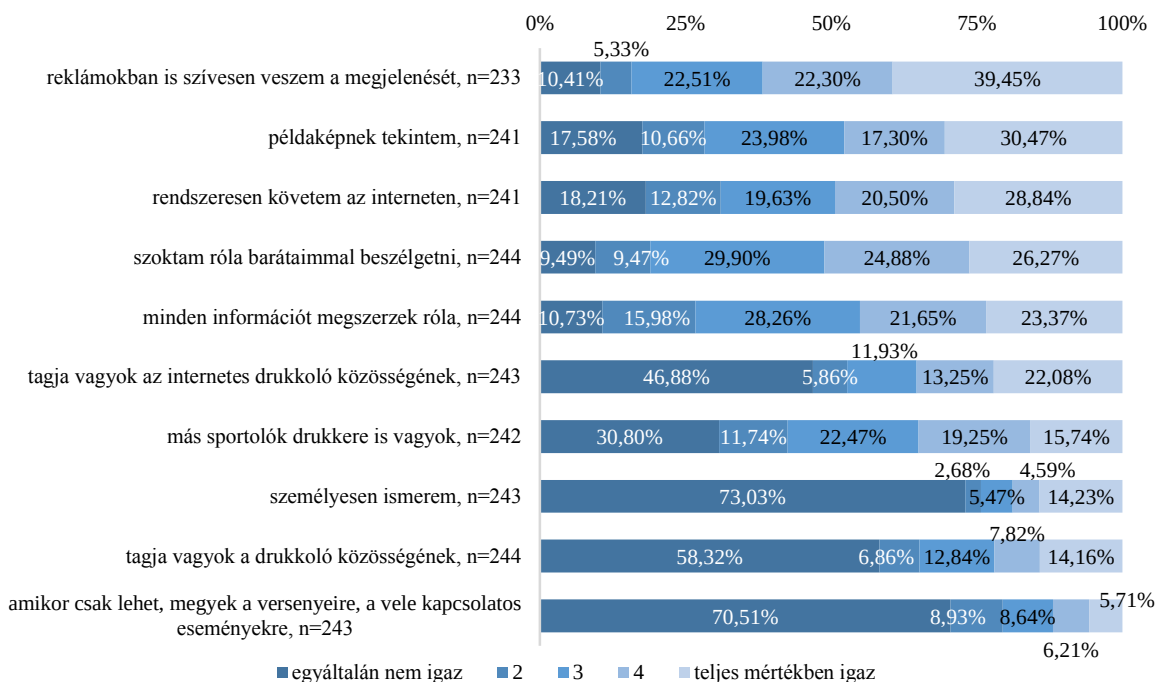
„Milyen sportágot űz ez a sportoló?”



Forrás: saját szerkesztés

43. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol?”



Forrás: saját szerkesztés

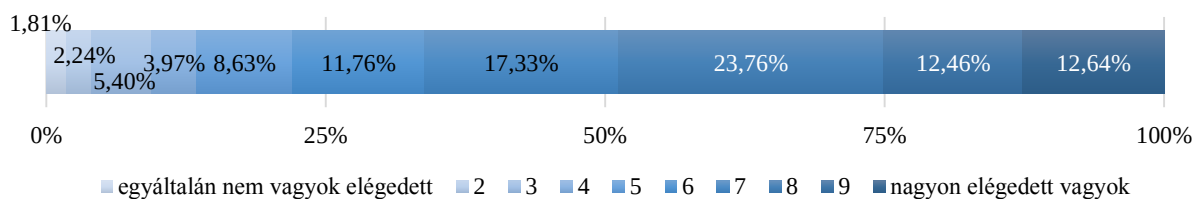
3.8. Életstílus, értékek, életmód

Kutatásunkban a közvetlen sportoláshoz kapcsolódó témakörök mellett megvizsgáltuk a válaszadók életstílusát, értékekkel és életmóddal kapcsolatos jellemzőit is. Ennek eredményeit ebben az alfejezetben foglaltuk össze.

Rákérdeztünk a válaszadók *élettel való elégedettségére* is, amit egy 10 fokozatú Likert-skálán mértünk, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem elégedettek az életükkel, míg a 10, hogy nagyon elégedettek. Az eredmények alapján a megkérdezettek inkább elégedettek az életükkel, mint nem, 66,19%-uk jelölt 7-es vagy annál magasabb értéket (44. ábra).

A vizsgálatunk fókuszát képezte a megkérdezettek álláspontja az *egészségükkel* kapcsolatban. Arra kértük őket, hogy értékeljék egy 10 fokozatú Likert-skálán mennyire tartják egészségesnek magukat, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem értenek egyet, azaz egyáltalán nem egészségesek, míg a 10, hogy teljes mértékben egyetértenek, azaz teljes mértékben egészségesek. A 45. ábra alapján látható, a megkérdezettek több mint fele inkább egészségesnek tartja magát, 57,87%-uk adott 7-es vagy annál nagyobb értéket. Megkérdezésünkben egy blokk egészséggel kapcsolatos állításokat tartalmazott (5. táblázat), amelyben a válaszadóknak 5 fokozatú Likert-skálán kellett értékelniük az egyetértésüket, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem értenek egyet, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetértenek. A 46. ábra tartalmazza ezen állítás blokk válaszainak gyakorisági diagramját, amiből alapján látható, hogy a megkérdezettek általánosan magas arányban értettek egyet (4-es vagy 5-ös értéket jelöltek) az egészségükkel kapcsolatos állításokkal. Legmagasabb arányban a szellemi állóképesség tekintetében értékelték magukat egészségesnek, míg legkevésbé a kinézet, külső megjelenés viszonylatában.

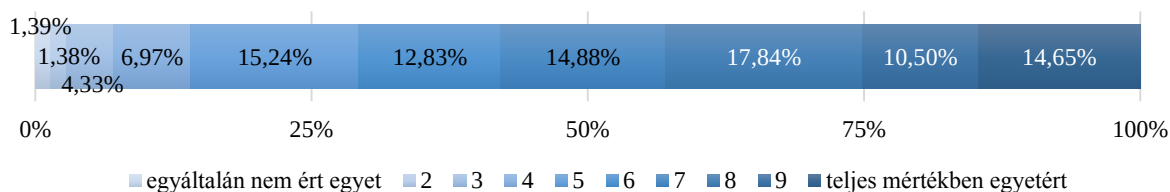
44. ábra: Az élettel való elégedettség (n=1983)
 „Mennyire elégedett a jelenlegi életével?”



Forrás: saját szerkesztés

45. ábra: Egészség (n=1897)

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



Forrás: saját szerkesztés

5. táblázat: Egészséggel kapcsolatos állítások

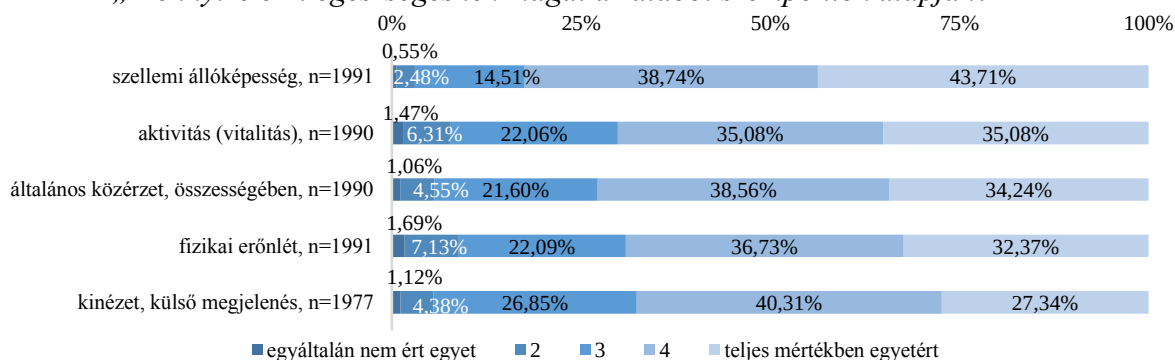
„Mennyire érzi egészségesnek magát az alábbi szempontok alapján?”

	Módusz	n=
szellemi állóképesség	5	1991
aktivitás (vitalitás)	5	1990
általános közérzet, összességében	4	1990
fizikai erőnlét	4	1991
kinézet, külső megjelenés	4	1977

Forrás: saját szerkesztés

46. ábra: Egészséggel kapcsolatos állítások

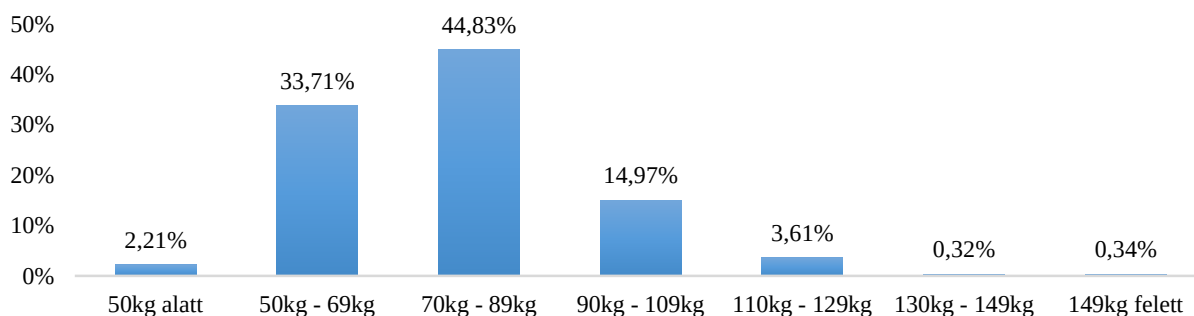
„Mennyire érzi egészségesnek magát az alábbi szempontok alapján?”



Forrás: saját szerkesztés

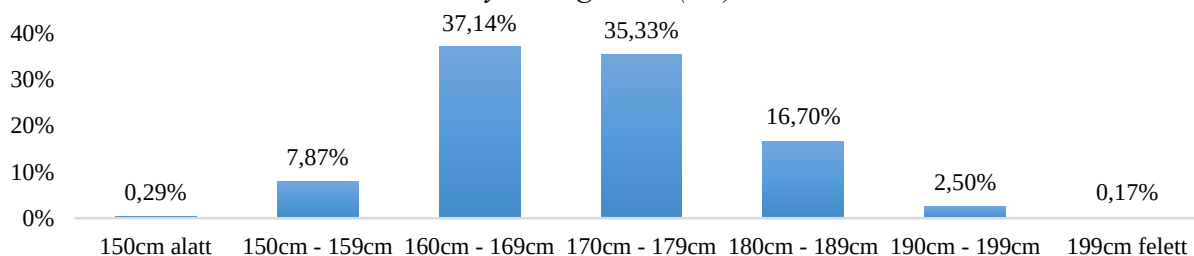
A kérdőívünk a válaszadók *testsúlyával*, illetve *testmagasságával* kapcsolatosan is tartalmazott egy-egy kérdést. A testsúllyal kapcsolatos válaszok eloszlását a 47. ábra mutatja, a testmagasságét pedig a 48. ábra. A testsúlyból és testmagasságból *BMI indexet* számoltunk mindazon válaszadóra, aki megadta az ehhez szükséges adatokat. Ennek eredményét a 49. ábra mutatja, amelyről leolvasható, hogy a kitöltők 45,5%-a normál testsúlyú, viszont 31,8%-uk túlsúlyos, míg 19,27%-uk elhízott.

47. ábra: Testsúly (n=1752)
 „Mekkora a testsúlya (kg)?”



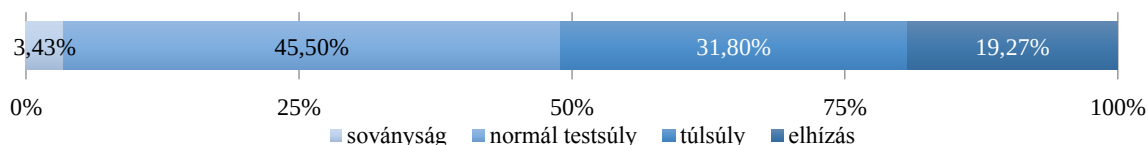
Forrás: saját szerkesztés

48. ábra: Testmagasság (n=2000)
 „Milyen magas Ön (cm)?”



Forrás: saját szerkesztés

49. ábra: BMI index (n=1752)



Forrás: saját szerkesztés

Megkérdezésünkben kíváncsiak voltunk, mennyire tartanak fontosnak bizonyos *értékeket* a válaszadók. Véleményüket egy 6 fokozatú Likert-skálán mértük, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem fontos számukra az adott tulajdonság, míg a 6, hogy nagyon fontosnak tartják az adott tulajdonságot. Az 50. ábra mutatja a *tulajdonságok fontosságával* kapcsolatos kérdésblokk eredményeinek gyakorisági diagramját. A válaszok alapján a válaszadók a legfontosabbnak a „biztonságos körülmények között élni”, az „öröm abban, amit teszek”, a „becsületesség”, a „saját döntések, hogy szabad legyek”, illetve a „jól érzem magam” tulajdonságokat tartották, ezekre adtak legnagyobb arányban 4-es vagy annál nagyobb értékeket. A legkevésbé fontosnak a „hatalom mások felett”, az „alázatos, szerény, visszafogott”, illetve a „kalandok, érdekes élet” állításokat értékelték. Ezekre 3-as vagy annál kisebb értéket adtak. A kapcsolódó teljes adatsor a 6. mellékletben található.

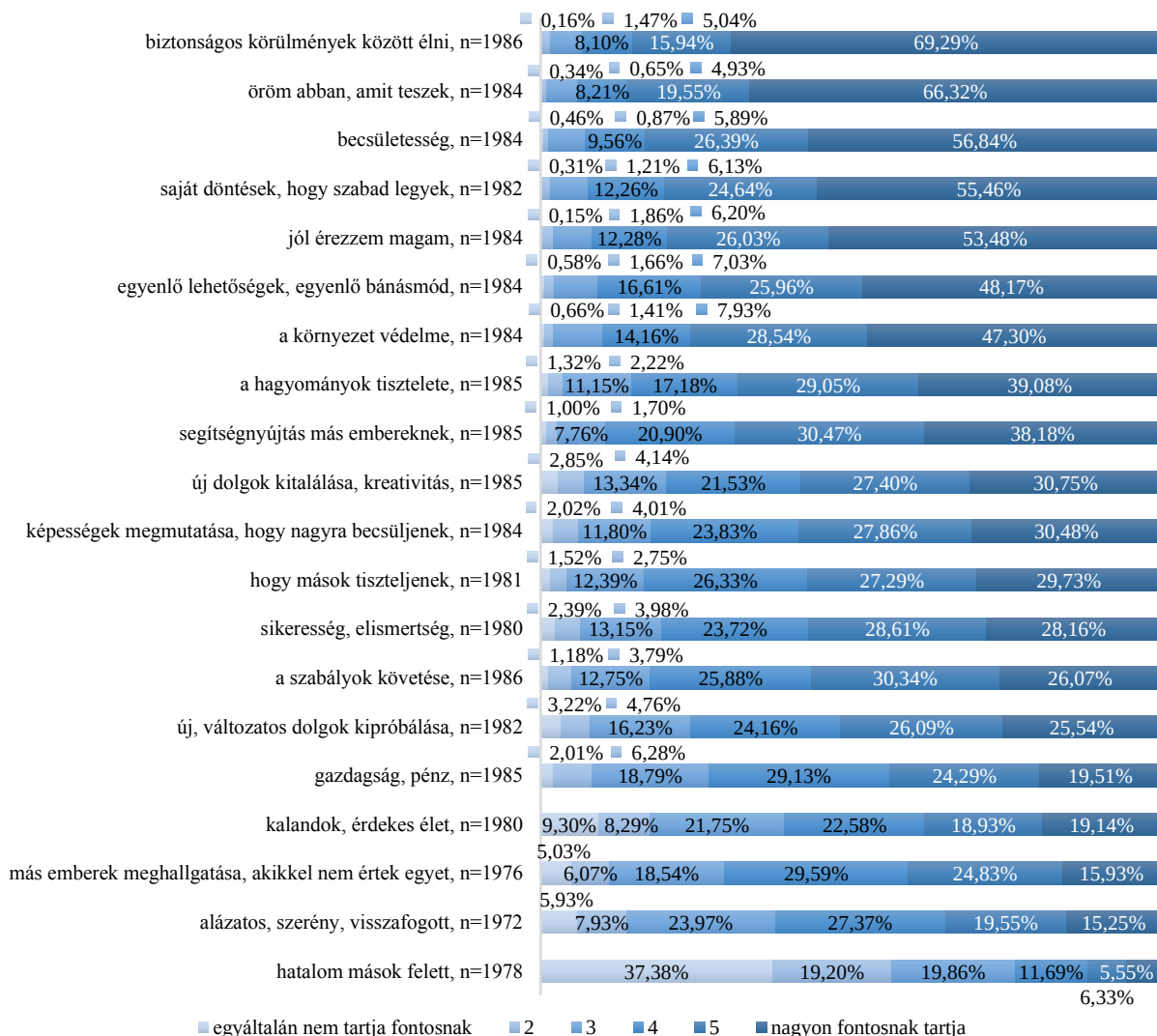
Életstílussal kapcsolatos állításokat tartalmazó blokkban a megkérdezetteknek ismét egy 5 fokozatú Likert-skálán kellett értékelniük az egyetértésüket (1 – egyáltalán nem értenek egyet, 5 – teljes mértékben egyetértenek). Ugyanezen állítás blokkra adott válaszok gyakorisági diagramja alapján megállapítható, a megkérdezettek legnagyobb arányban az „Egyetértek azzal, ahogyan felneveltek”, illetve a „Tudom, mit akarok a jövőben” állításokkal értettek

egyed. Előbbi esetében 83,76%-uk, utóbbi esetében 67,44%-uk jelölt 4-es vagy 5-ös értéket. Leginkább a „*Sokat utazok külföldre*”, illetve a „*Naponta sportolok*” állításokkal nem értettek egyet, amelyek esetében 75,5%-uk, illetve a 72,57%-uk jelölt 2-es vagy 1-es értéket (51. ábra). Vizsgálatunkban rákérdeztünk a válaszadók *munkába vagy iskolába járási szokásaira* is. A válaszok alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek 29,35%-a nem jár munkába vagy iskolába (52. ábra). Azok közül, akik járnak, legtöbbször tömegközlekedéssel (39,86%), illetve autóval (34,41%) teszik ezt. A válaszadók nagyjából ötöde (17,93%) megy biciklivel és szintén ötödük (17,63%) megy gyalog munkába vagy iskolába (53. ábra). Az 54. ábra alapján látható, hogy a többségnél (42,64%) 0 és 30 perc közötti időtartamot vesz igénybe a munkába vagy iskolába járás, de sokak számára (37,84%) ez 31 és 60 perc közötti időtartam. A válaszadók ötöde (19,52%) tölt ennél több időt ezzel a tevékenységgel.

Az 55. ábra mutatja, hogy a válaszadók kétharmada, 66,07%-uk 8 órát tölt a *munkahelyén vagy az iskolában*. 16,24%-uk dolgozik 10 órát, míg 9,03%-uk dolgozik még ennél is többet.

50. ábra: Értékek

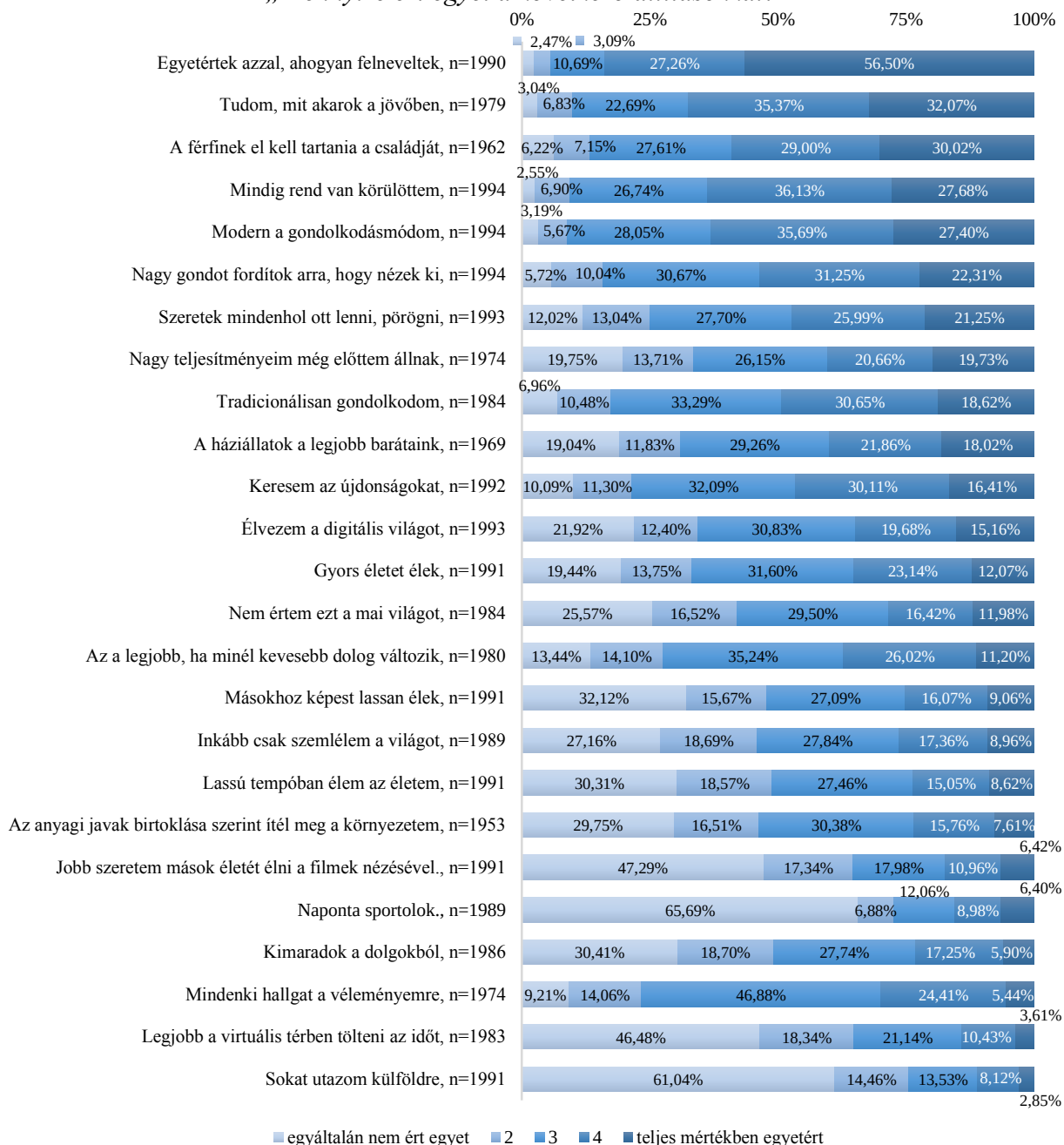
„Mennyire tartja fontosnak az alábbi tulajdonságokat?”



Forrás: saját szerkesztés

51. ábra: Életstílus állítások

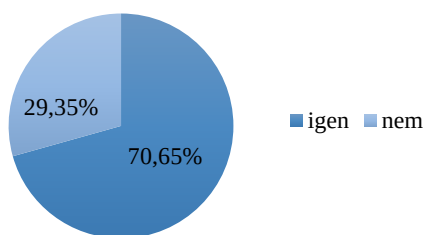
„Mennyire ért egyet a következő állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

52. ábra: Munkába/iskolába járás (n=2000)

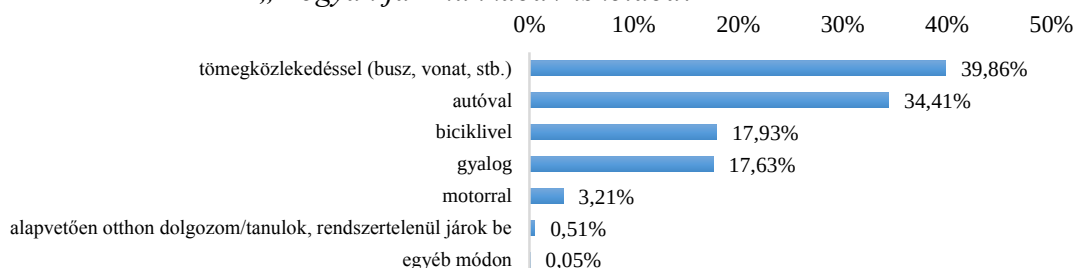
„Jár Ön munkába / iskolába?”



Forrás: saját szerkesztés

53. ábra: Munkába/iskolába járás (n=1413)

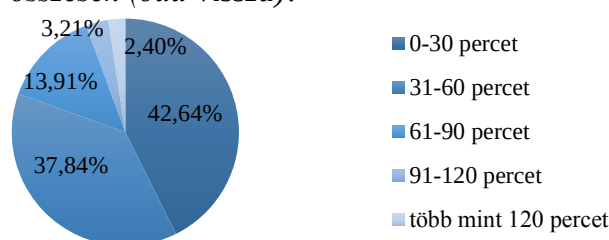
„Hogyan jár munkába / iskolába?”



Forrás: saját szerkesztés

54. ábra: Munkába / iskolába járás (n=1413)

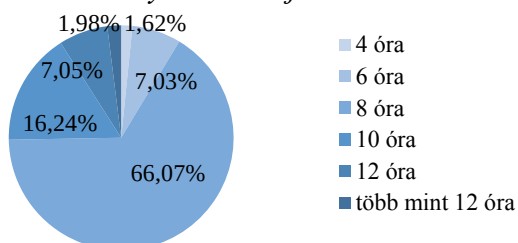
„Mennyi időt tölt el egy átlagos munkanapon a munkába/iskolába járással összesen (oda-vissza)?”



Forrás: saját szerkesztés

55. ábra: Munkában/iskolában ledolgozott órák száma (n=1413)

„Általában mennyi a napi ledolgozott órák száma a munkahelyén/munkahelyein/iskolájában/otthon?”



Forrás: saját szerkesztés

Vizsgálatunkban külön kitértünk, hogy a válaszadók mennyi időt töltenek különféle *szabadidős tevékenységekkel*. A különböző tevékenységekre fordított időt a megkérdezetteknek egy 6 fokozatú Likert-skálán kellett jelölniük, ahol az 1-es jelentette, hogy nem töltenek időt az adott tevékenységgel, a 2, hogy minimális időt töltenek vele, míg a 6, hogy nagyon sok időt töltenek vele (56. ábra). A legtöbb időt a megkérdezettek beszélgetéssel, és tévéműsor nézéssel töltik, ezek esetében legmagasabb az 5-ös vagy 6-os értékek jelölésének aránya. A vizsgált tevékenységek közül a leginkább sportolással és számítógépes játékokkal nem töltenek időt egyáltalán (1-es érték jelölése). A minimális időtöltés aránya (2-es érték jelölése) a számítógépes játékok és a bulizás esetében a legmagasabb.

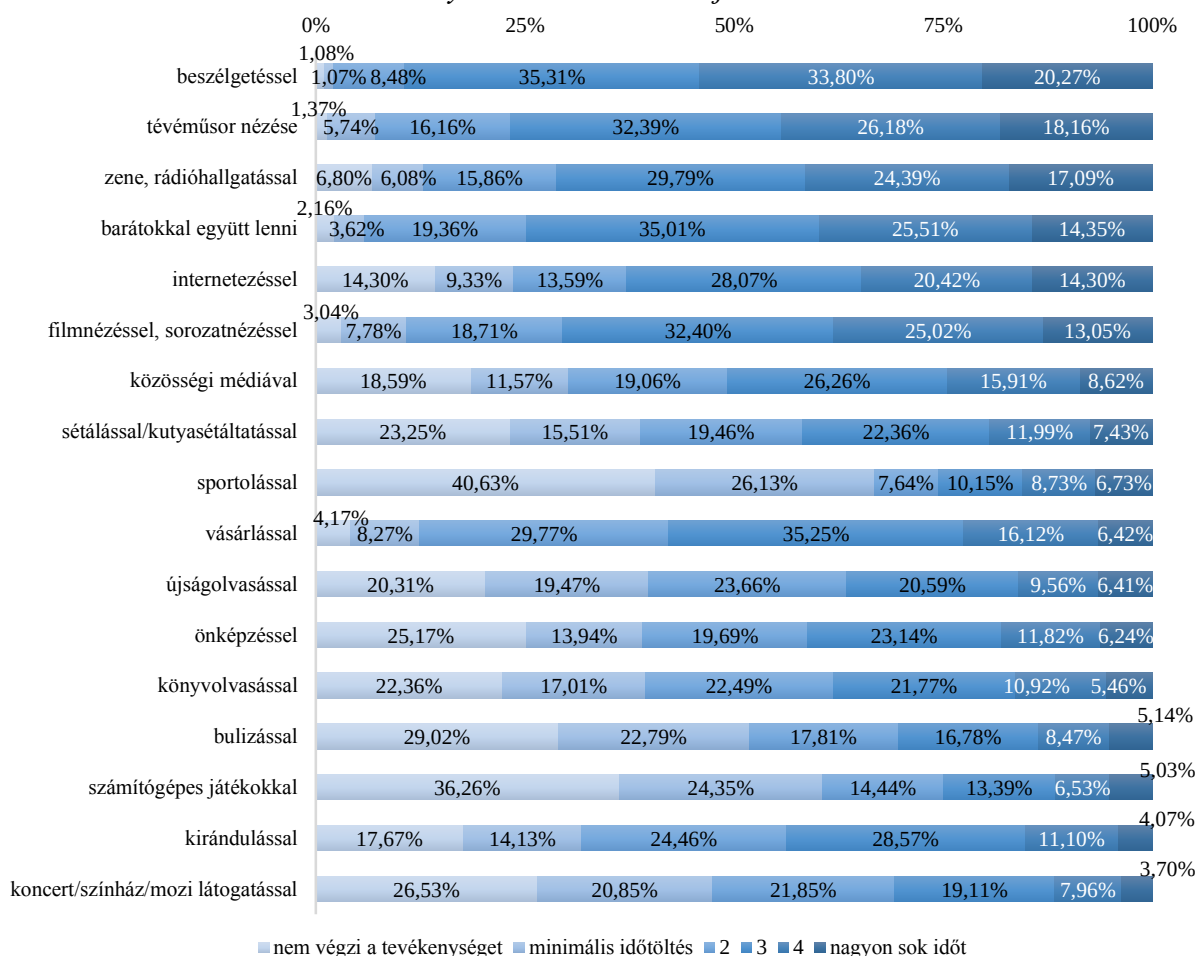
Vizsgálatunk kitért a válaszadók különböző *kapcsolattartási szokásaira*, vagyis arra, hogy hány fővel tartanak kapcsolatot különféle módokon. Ennek eredményeit a 6. táblázat foglalja össze. Átlagosan a legtöbb emberrel (43 fővel) a megkérdezettek közösségi médián keresztül tartják a kapcsolatot, míg legkevesebbel egyéb internetes felületeken (10 fővel). A válaszok gyakoriságát az 57-61-es ábrákon foglaltuk össze.

Megkérdeztük a válaszadókat a *pénzköltési szokásaik változásáról* is az elmúlt időszakot illetően. Ebből kiderült, 60,93%-uknak nem változtak meg az ilyen jellegű szokásai, de 14,46%-uk többet költ, mint korábban, 17,14%-nak pedig jobban be kell osztania a pénzt (62. ábra).

Az *alvási szokások* kapcsán megállapítható, hogy a válaszadók legnagyobb aránya (35,61%) 10 órát alszik átlagosan naponta, negyedük (27,16%) 8-at, míg ötödük (20,15%) 6-ot (63. ábra).

56. ábra: Időtöltés szabadidős tevékenységekkel (n=2000)

„Kérem, gondolja végig, hogy a következő szabadidős tevékenységekkel mennyi időt tölt szabadidejében!”



Forrás: saját szerkesztés

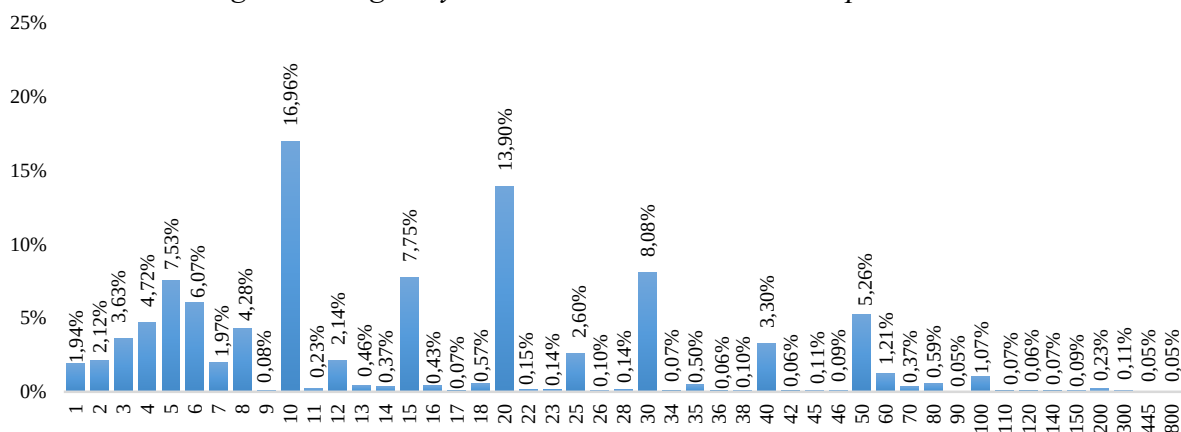
6. táblázat: Kapcsolattartás különböző módokon (fő)

„Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”

	Átlag (fő)	Medián (fő)	Módusz (fő)	Szórás (fő)	n=
közösségi médián keresztül	43	20	10	83,27	1138
személyesen	20	12	10	29,98	1966
messengeren, chaten keresztül	19	10	10	33,57	1178
telefonon keresztül	14	10	10	25,53	1888
egyéb internetes felületen	10	5	2	23,31	752

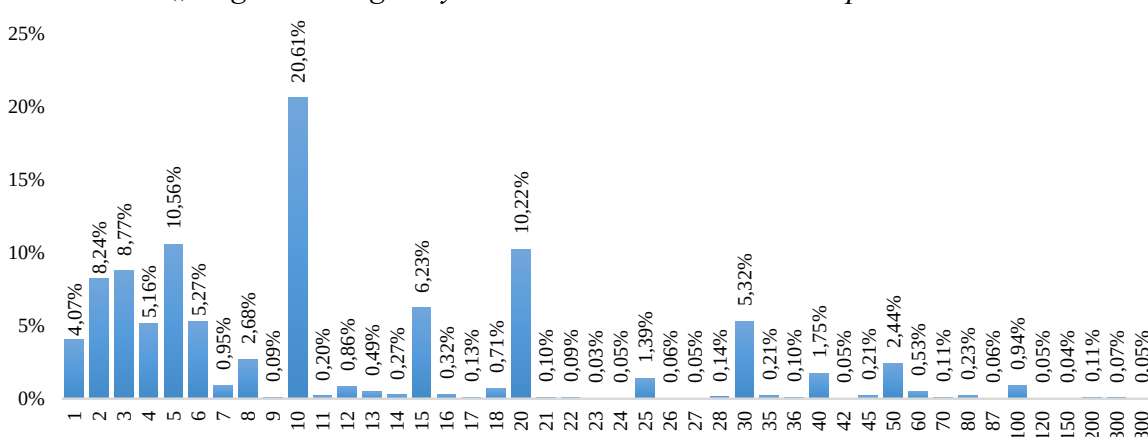
Forrás: saját szerkesztés

57. ábra: Kapcsolattartás személyesen (fő) (n=1966)
 „Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”



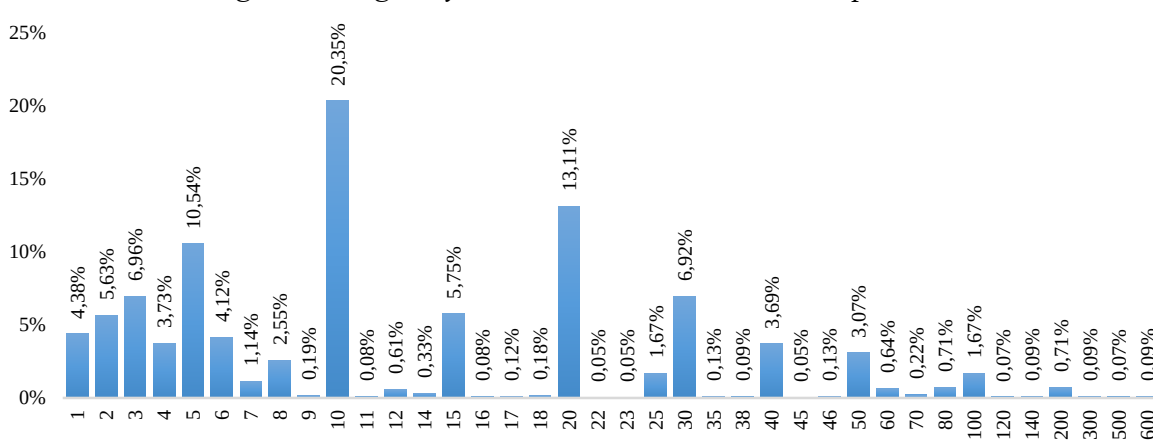
Forrás: saját szerkesztés

58. ábra: Kapcsolattartás telefonon keresztül (fő) (n=1888)
 „Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”



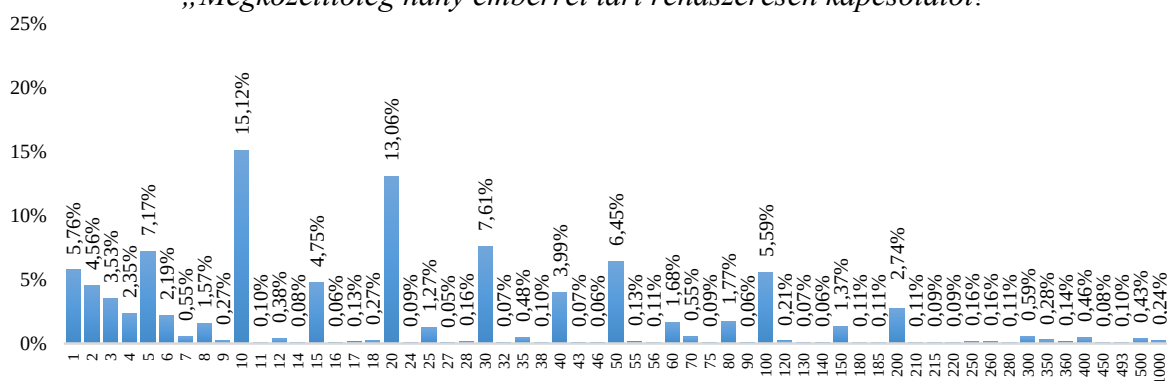
Forrás: saját szerkesztés

59. ábra: Kapcsolattartás messengeren, chaten keresztül (fő) (n=1178)
 „Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”



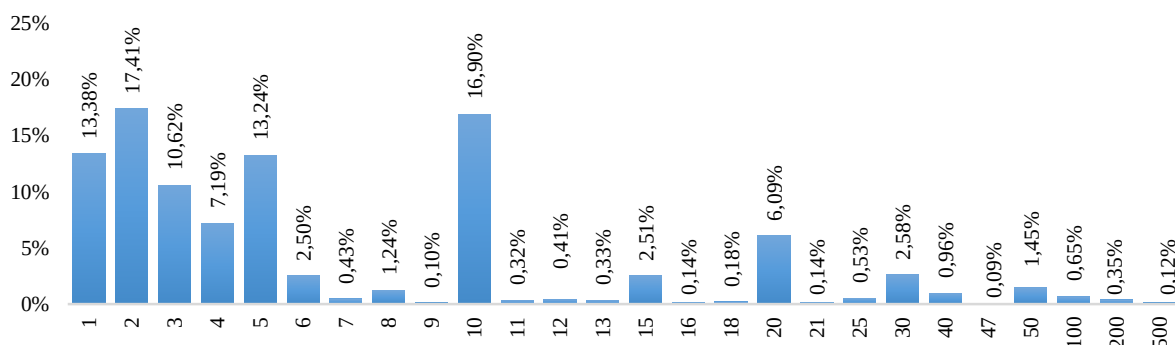
Forrás: saját szerkesztés

60. ábra: Kapcsolattartás közösségi médián keresztül (fő) (n=1138)
 „Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”



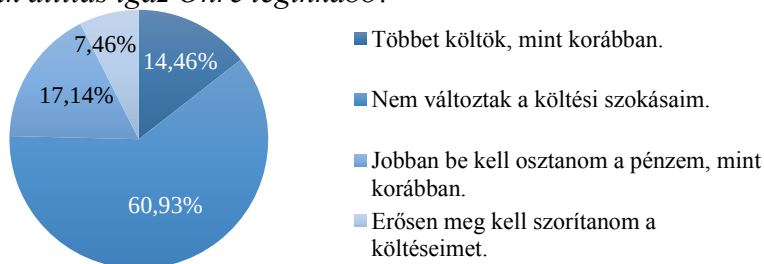
Forrás: saját szerkesztés

61. ábra: Kapcsolattartás egyéb internetes felületen (fő) (n=752)
 „Megközelítőleg hány emberrel tart rendszeresen kapcsolatot?”



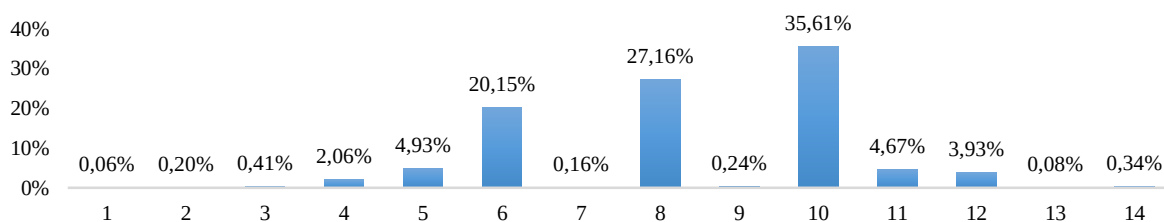
Forrás: saját szerkesztés

62. ábra: Pénzköltési szokások (n=1965)
 „Hogy érzi, megváltoztak az utóbbi években vásárlási, költési szokásai?
 Melyik állítás igaz Önre leginkább?”



Forrás: saját szerkesztés

63. ábra: Alvási szokások (n=1724)
 „Hány órát alszik Ön átlagosan naponta?”

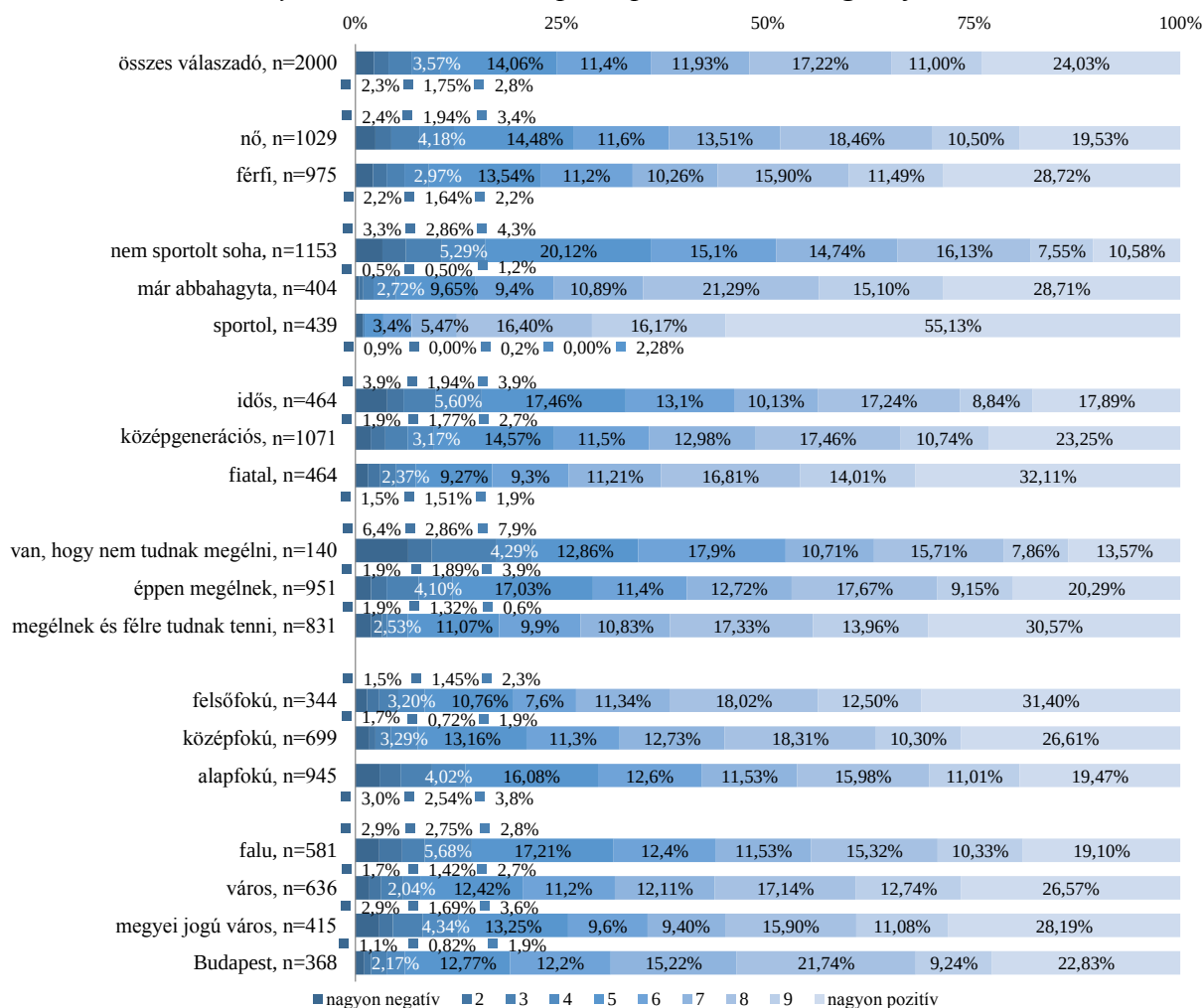


Forrás: saját szerkesztés

4. Háttérelvezések eredményei

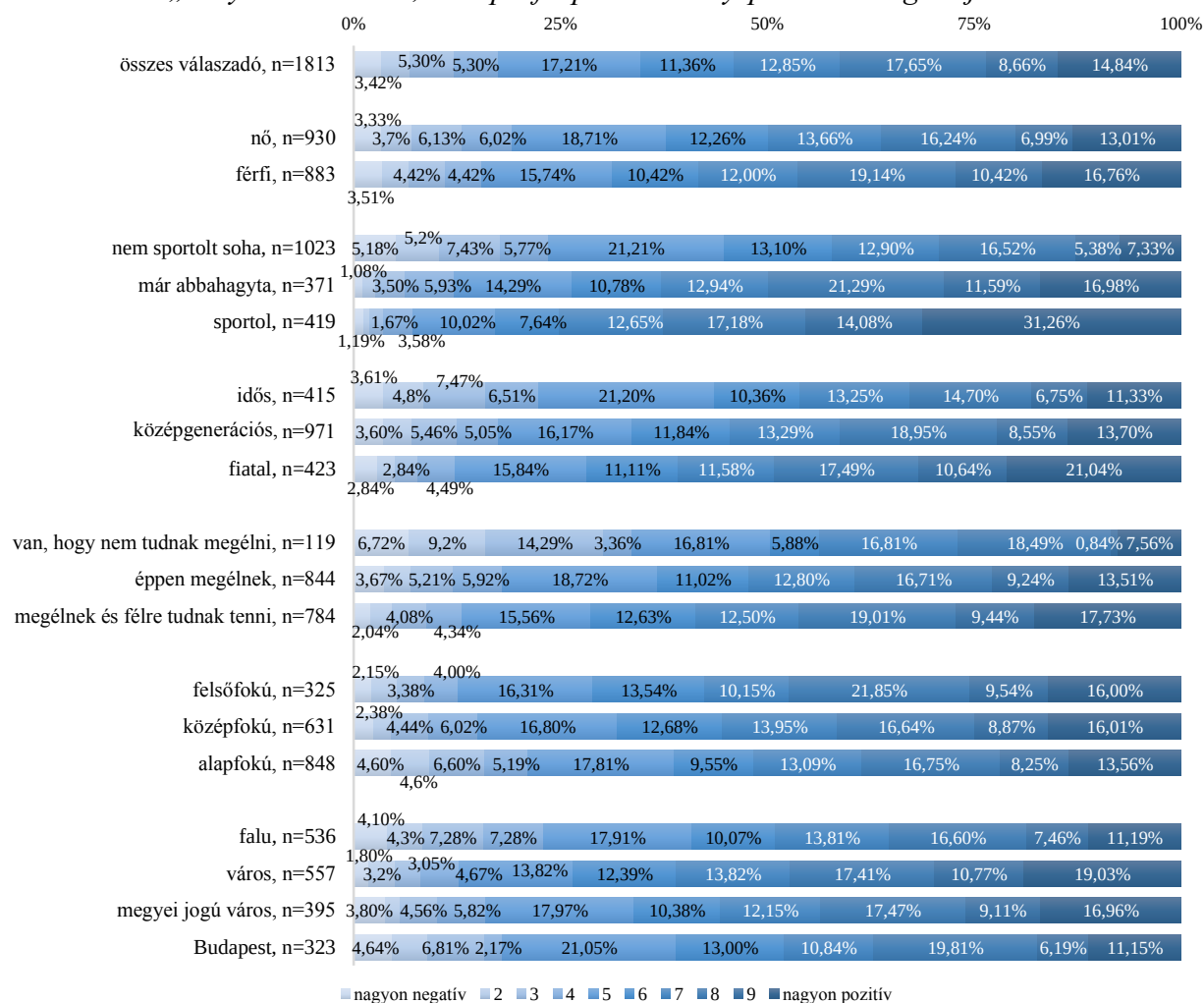
A demográfiai háttérelvezések során tanulmányoztuk, hogy a vizsgált kérdések kapcsán az egyes demográfiai csoportok válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható eltérések. A háttérelvezést öt változó mentén végeztük el (sportolási rendszeresség, generációk, lakóhely településtípusa, iskolai végzettség foka és jövedelmi helyzet szubjektív megítélése). Csak azon eredményeket közöljük, melyek statisztikai értelemben véve szignifikáns eltéréseket mutattak. A 64. ábra alapján látható, hogy a sportoló válaszadók sokkal pozitívabb *érzelmekeket* társítanak *sport/sportolás* szavakhoz, mint akik már abbahagyták a sportolást, vagy soha nem is sportoltak. Anyagi helyzet tekintetében pozitívabban gondolnak a sportra azok, akik megélnék és félre is tudnak tenni, mint akik csak éppen megélnék, vagy akik van, hogy nem tudnak megélni. A kapcsolódó teljes adatsor a 7. mellékletben található. A sportoló válaszadók sokkal pozitívabb érzelmekeket társítanak a „*profí sport/versenysport*” szavakhoz, mint akik már abbahagyták vagy soha nem is sportoltak. Városban, illetve megyei jogú városban élők is pozitívabban gondolnak ezen szavak kapcsán, mint a falvakban vagy a fővárosban élő válaszadók (65. ábra). A kapcsolódó teljes adatsor a 8. mellékletben található.

64. ábra: A sportoláshoz és a versenysportozáshoz kapcsolódó érzések – háttérelvezés
„Milyen érzése van, ha a sport/sportolás szót meghallja?”



Forrás: saját szerkesztés

65. ábra: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelmzés
 „Milyen érzése van, ha a profi sport /versenysport szót meghallja?”



Forrás: saját szerkesztés

4.1. Sportolási szokások

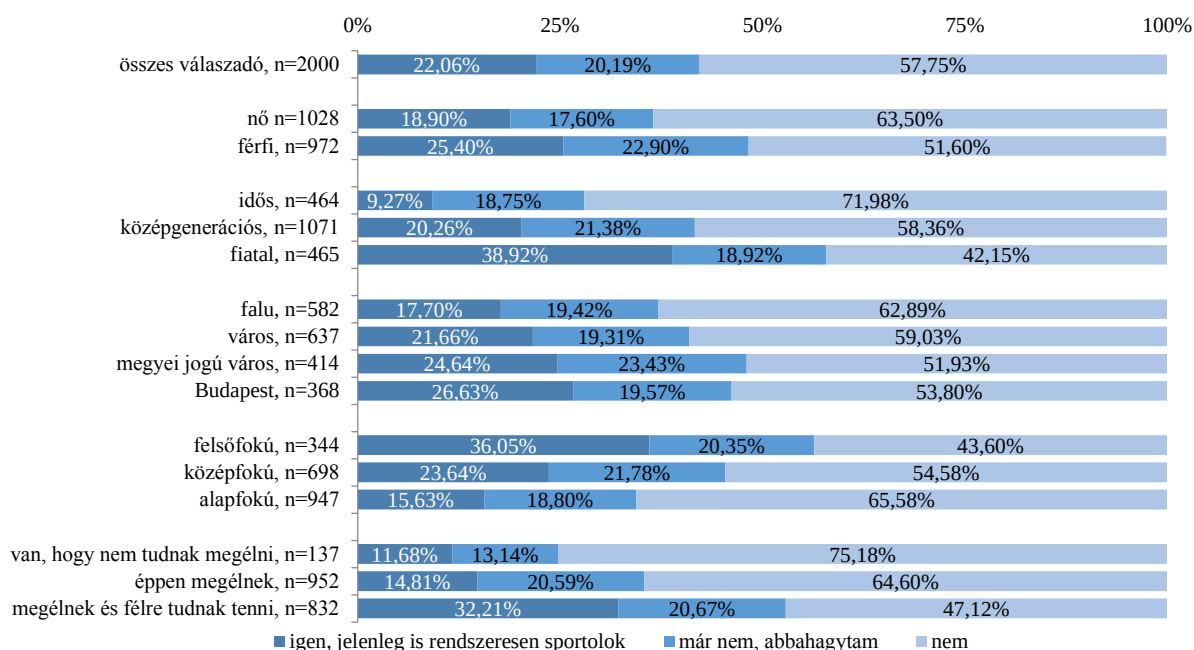
A válaszadók több mint fele nem sportol és nem is sportolt életében rendszeresen. Megállapítható, hogy az egyre idősebb korosztályban egyre több ilyen válasz érkezett. Az anyagi helyzet is hasonlóképpen befolyásolja a *rendszeres sportolást*, minél kevésbé tudnak megélni a keresetből, annál többen hanyagolják a rendszeres testmozgást (66. ábra).

A 67. ábra alapján látható, hogy a fiatalok között nagyobb arányban találhatók, akik *lustaság miatt nem sportolnak*, mint az idősebb generációk körében. A felső- és középfokú végzettségűek esetében szintén magasabb ez az arány, mint az alacsony végzettségűek esetében.

Az idősek sokkal nagyobb arányban nem sportolnak *egészségügyi akadályok* miatt, mint a náluk fiatalabb generációk. Ez igaz azokra is, akik van, hogy nem tudnak megélni azokkal szemben, akiknek ennél jobb az anyagi helyzetük (68. ábra).

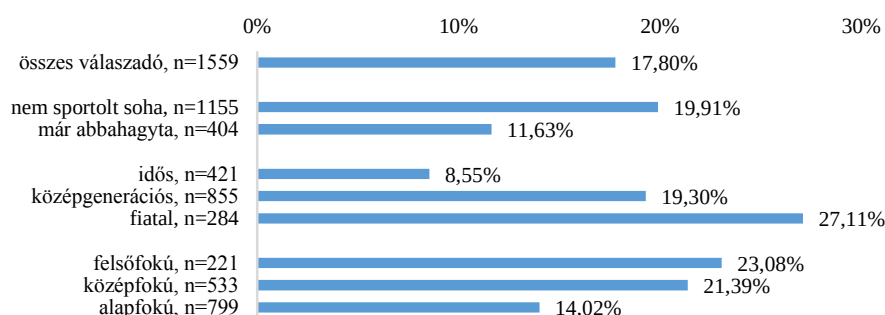
Az idősebb generáció esetében sokkal kisebb azok aránya, akik *időhiány* miatt nem tudnak sportolni, mint a közép- és fiatal generációk esetében. Igaz ez az alacsony végzettségűekre is a náluk magasabb végzettségűekkel szemben (69. ábra).

66. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérelmzés
„Sportol, sportolt-e rendszeresen?”



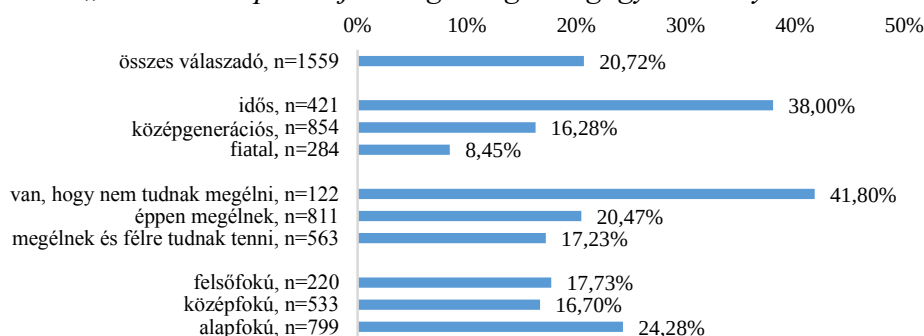
Forrás: saját szerkesztés

67. ábra: A sportolás hiányának oka: lustaság – háttérelmzés
„Miért nem sportol jelenleg? – lusta vagyok hozzá”



Forrás: saját szerkesztés

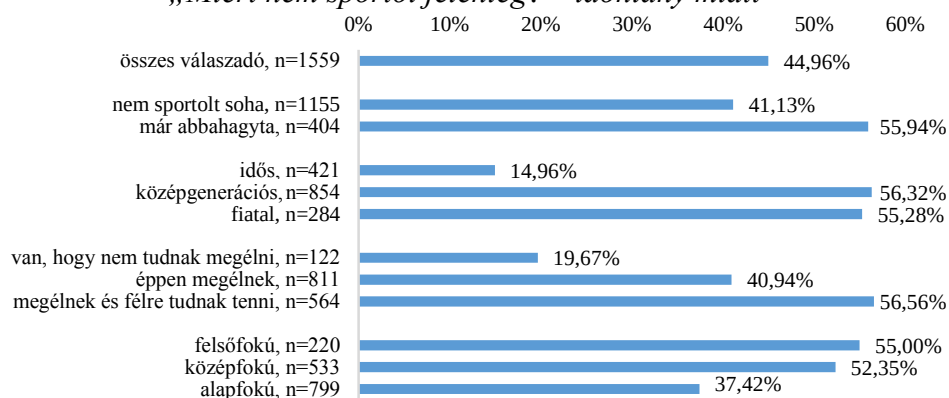
68. ábra: A sportolás hiányának oka: egészségügyi akadály – háttérelmzés
„Miért nem sportol jelenleg? – egészségügyi akadály miatt”



Forrás: saját szerkesztés

69. ábra: A sportolás hiányának oka: időhiány – háttérelmzés

„Miért nem sportol jelenleg? – időhiány miatt”



Forrás: saját szerkesztés

A 70. ábra alapján látható, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkező és/vagy nagyon jó anyagi helyzetben lévő (megélni és félre is tudnak tenni) válaszadók nagyobb arányban indokolták azzal a sportolás hiányát, hogy *nincs társuk hozzá*, egyedül nem megy, mint az alacsonyabb végzettséggel vagy rosszabb megélhetéssel rendelkező megkérdezettek.

Az összes válaszadónak majdnem negyede indokolta azzal a sportolás hiányát, hogy egyszerűen *nem igényli*. Ezen válaszadók legnagyobb aránya nem is sportolt soha (71. ábra).

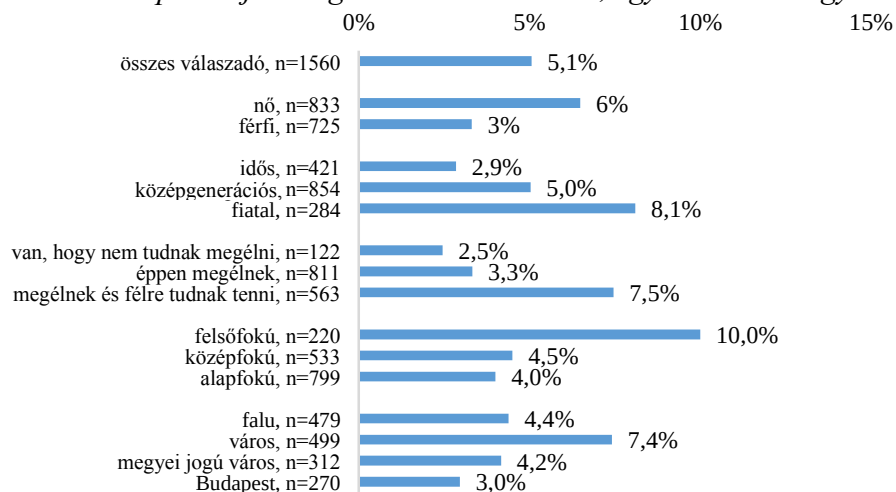
A 72. ábra alapján látható, hogy a megyei jogú városokban vagy falvakban élők nagyobb arányban indokolták a sportolás hiányát azzal, hogy *nincs a közelben erre lehetőség*, mint a városokban vagy Budapesten élő válaszadók.

Budapesti lakosok nagyobb arányban adták meg azt az okot a sportolás hiányára, hogy *nincs rá pénzük*, mint az egyéb településen élők. Természetesen, akik rosszabb anyagi körülményekkel rendelkeznek, közülük többen is ezzel indokolják, hogy nem mozognak, mint akik a jövedelmükből meg tudnak élni (73. ábra).

Egy ok a sportolás nélkülözésére a *kor* is. A sportolás hiányát a válaszadók fele, az idősebb korosztály azzal indokolta, hogy a kora miatt hanyagolja a testmozgást. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők is többen a koruk miatt nem sportolnak (74. ábra).

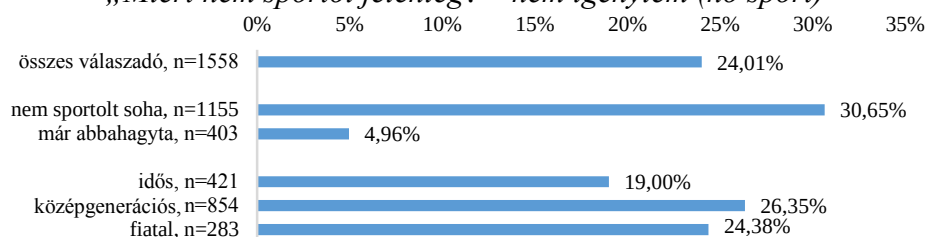
70. ábra: A sportolás hiányának oka: társhiány – háttérelmzés

„Miért nem sportol jelenleg? – nincs társ hozzá, egyedül nem megy”



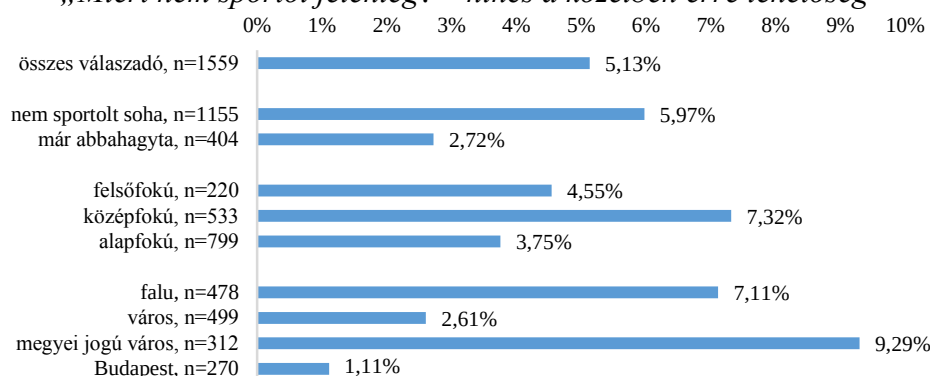
Forrás: saját szerkesztés

71. ábra: A sportolás hiányának oka: nem igényli – háttérelvezés
 „Miért nem sportol jelenleg? – nem igénylem (no sport)”



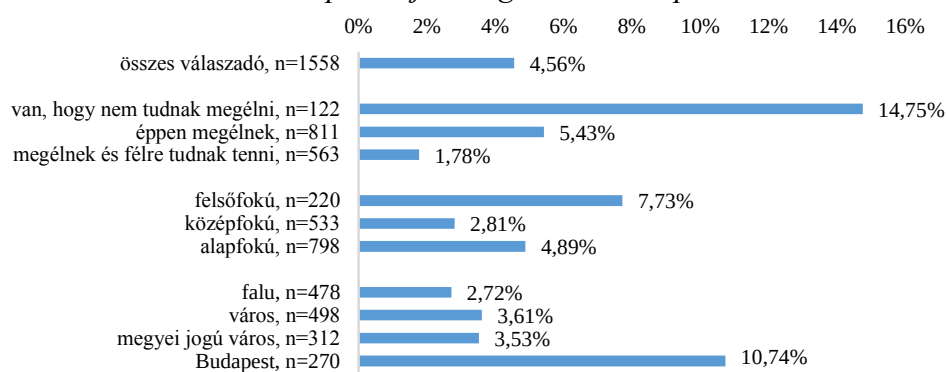
Forrás: saját szerkesztés

72. ábra: A sportolás hiányának oka: nincs a közelben lehetőség – háttérelvezés
 „Miért nem sportol jelenleg? – nincs a közelben erre lehetőség”



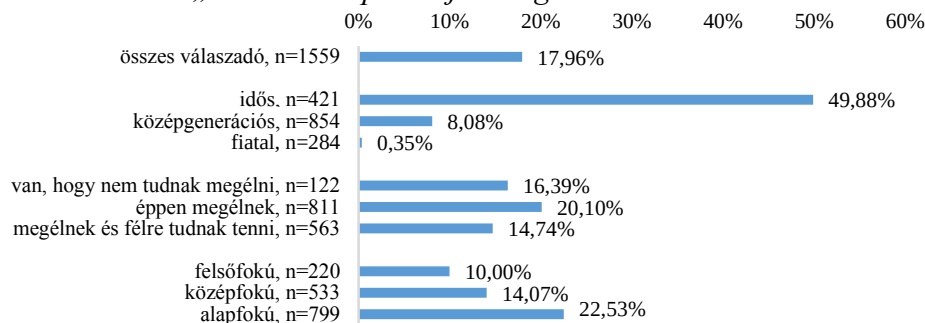
Forrás: saját szerkesztés

73. ábra: A sportolás hiányának oka: pénzhiány – háttérelvezés
 „Miért nem sportol jelenleg? – nincs rá pénzem”



Forrás: saját szerkesztés

74. ábra: A sportolás hiányának oka: életkor – háttérelvezés
 „Miért nem sportol jelenleg? – korom miatt

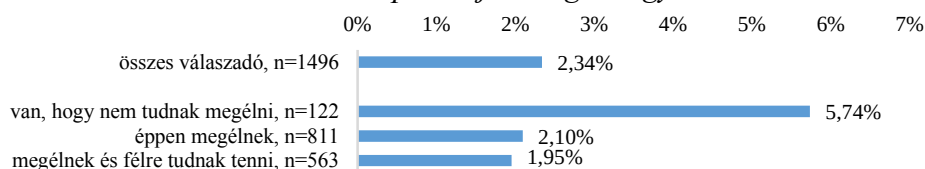


Forrás: saját szerkesztés

A 75. ábra alapján látható, hogy az összes válaszadó 2,3 %-a *egyéb* okkal indokolta meg, miért nem sportol jelenleg. Közülük anyagi helyzet tekintetében legnagyobb arányban azok vannak, akik van, hogy nem tudnak megélni.

75. ábra: A sportolás hiányának oka: egyéb – háttérelmzés

„Miért nem sportol jelenleg? – egyéb”

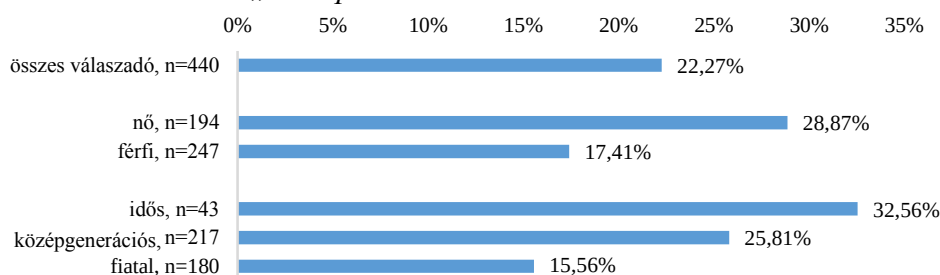


Forrás: saját szerkesztés

Minél idősebb korosztályról van szó, annál többet adták azt a választ, hogy *otthon sportolnak* (76. ábra). A válaszadók, akik *edzőteremben/konditeremben* sportolnak inkább fiatalok vagy középgenerációsok, idősek kevésbé választják ezt a lehetőséget. A jobb anyagi helyzetűek között is magasabb arányban vannak azok, akik ezeket a lehetőségeket választják, mint a rosszabb anyagi helyzetűek (77. ábra). A sportolás helyszínéként az idősebb korosztályra jellemző, hogy az *utcat vagy parkokat* választják, míg a fiatalokra kevésbé (78. ábra). A 79. ábra alapján látható, hogy a férfiak nagyobb aránya sportol *sportpályán vagy uszodában*, mint a nők esetében. A 80. ábra alapján látható, hogy a válaszadók 5,7 %-a nem adott meg helyszínt és választotta az *egyéb* kategóriát annál a kérdésnél, hogy „Hol sportol általában?”. Ezen válaszadók leginkább alapfokú végzettséggel rendelkeznek.

76. ábra: A sportolás helye: otthon – háttérelmzés

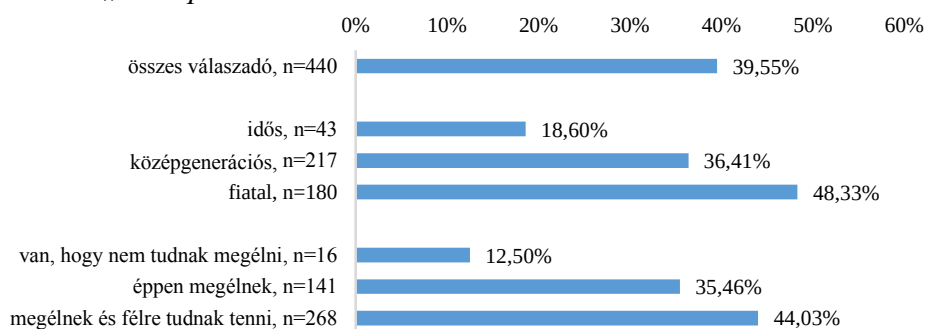
„Hol sportol általában? – otthon”



Forrás: saját szerkesztés

77. ábra: A sportolás helye: edzőterem/konditerem – háttérelmzés

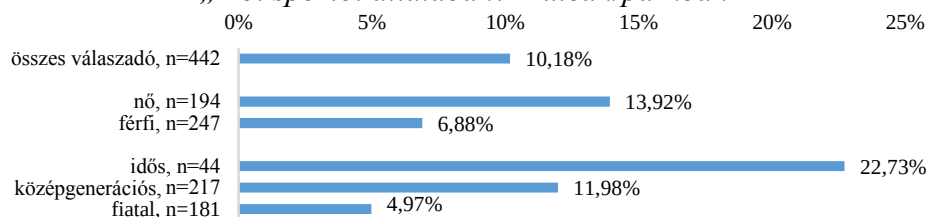
„Hol sportol általában? – edzőteremben/konditeremben”



Forrás: saját szerkesztés

78. ábra: A sportolás helye: utca/park – háttérellemzés

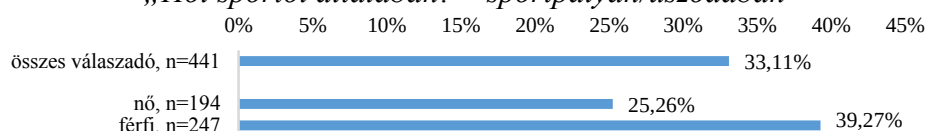
„Hol sportol általában? – utcán/parkban”



Forrás: saját szerkesztés

79. ábra: A sportolás helye: sportálya/uszoda – háttérellemzés

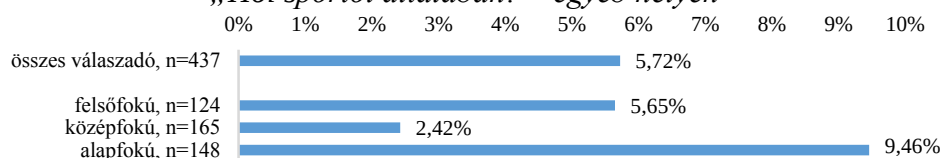
„Hol sportol általában? – sportpályán/uszodában”



Forrás: saját szerkesztés

80. ábra: A sportolás helye: egyéb – háttérellemzés

„Hol sportol általában? – egyéb helyen”



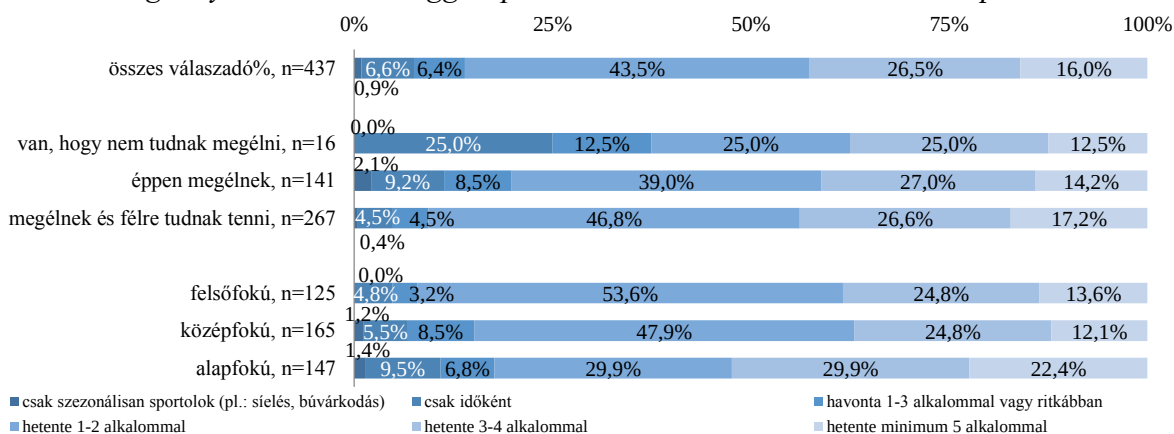
Forrás: saját szerkesztés

A sportoló válaszadók háromnegyede legalább hetente 1-2 alkalommal sportol, beleértve a technikai és az e-sportokat is. A megélhetési körülmények minimálisan befolyásolják a *sport rendszerességét*, minél jobban megélik a keresetükből a válaszadók, annál gyakrabban végzik ezt a tevékenységet (81. ábra).

A válaszadók meghatározó többsége mind korosztály, mind végzettség alapján a sportágat, melyet üz, *hobbiként* üzi, csak saját kedvükre, kötöttségek nélkül. Megállapítható, hogy az idősebbtől a fiatalabb korosztály felé haladva növekszik az amatőr, illetve profi sportolók száma (82. ábra).

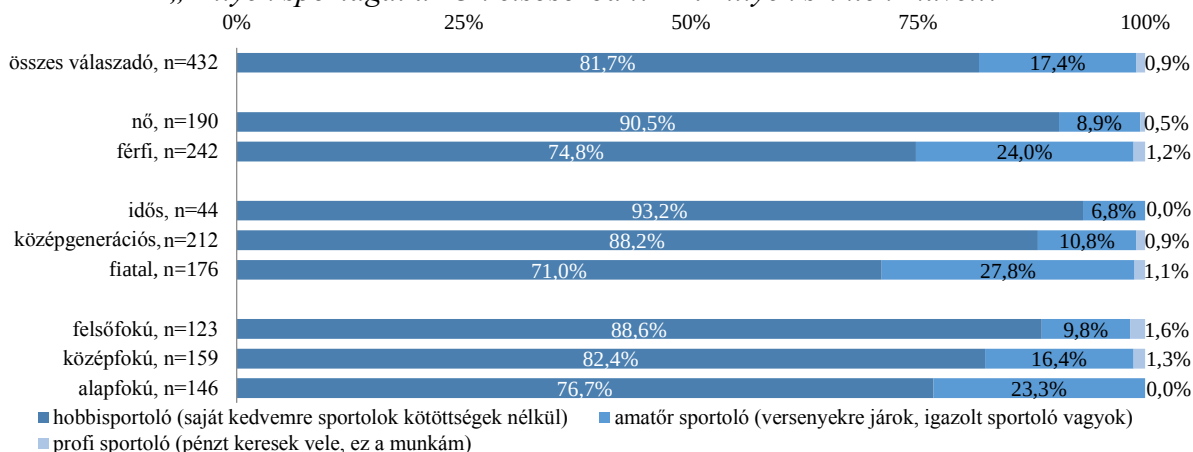
81. ábra: Sportolási rendszeresség – háttérellemzés

„Jelenleg milyen rendszerességgel sportol, beleértve a technikai és az e-sportokat is?”



Forrás: saját szerkesztés

82. ábra: Az űzött sport szintje – háttérelmzés
 „Milyen sportágat űz Ön elsősorban? Ezt milyen szinten műveli?”



Forrás: saját szerkesztés

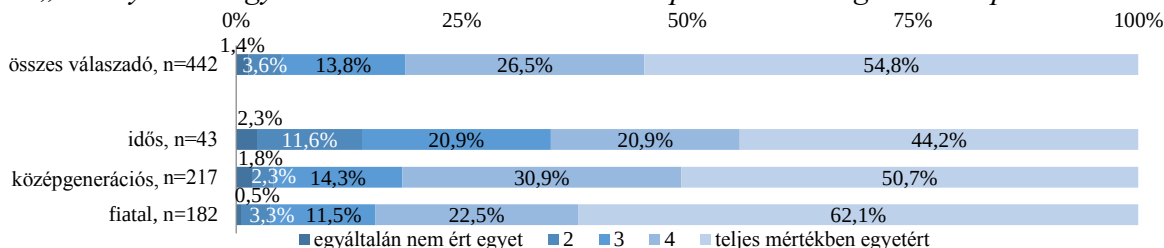
4.2. Sportolási motivációk

„A sporttal tudok igazán kapcsolódni” állítás esetében a fiataloknak magasabb volt az egyetértése, mint a középgenerációsoknak vagy az időseknek (83. ábra).

A 84. ábra alapján látható, hogy a válaszadók közül inkább a fiatalokra jellemző, hogy a *szép test eléréséért sportolnak*. Az idősebbek harmadánál ez a szempont egyáltalán nem jelentős.

83. ábra: Sportolási indítékok: kapcsolódás – háttérelmzés

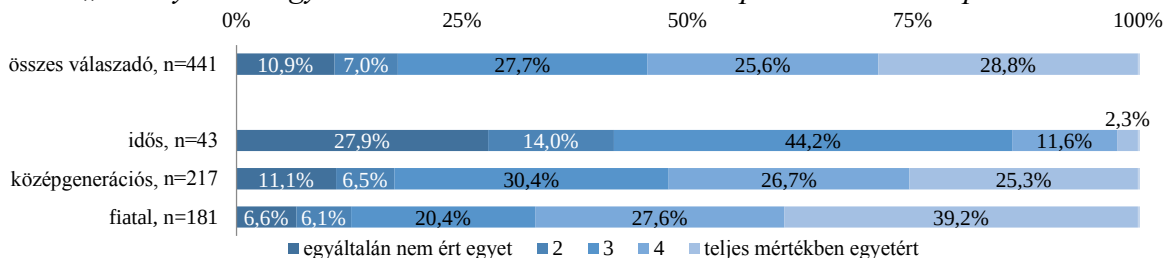
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sporttal tudok igazán kapcsolódni.”



Forrás: saját szerkesztés

84. ábra: Sportolási indítékok: szép test elérése – háttérelmzés

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



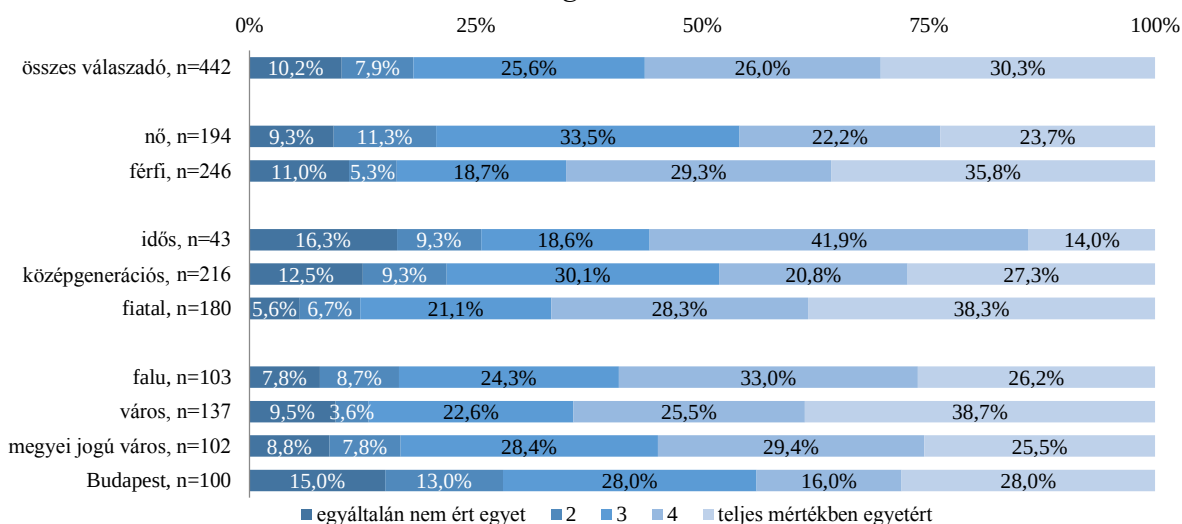
Forrás: saját szerkesztés

A 85. ábra alapján látható, hogy a „A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem” állítással generációk szempontjából a fiatalok értettek egyet leginkább. Településtípus esetében a városban lakók értettek leginkább egyet a más településtípusok élőkkel szemben. A budapestiek körében volt az egyetértés mértéke a legalacsonyabb.

Korosztály tekintetében megállapítható, hogy az idősebb korosztály kevésbé találta igaznak az állítást, miszerint a *sport igazi jellemfejllesztés*. A válaszadók több mint fele, akik városból, illetve megyei jogú városokból nyilatkoztak, teljes mértékben egyetértett ezzel az állítással. Budapesten ez az arány kisebb, legkevésbé a falvakban gondolják a sportot jellemfejllesztőnek (86. ábra).

85. ábra: Sportolási indítékok: társaság – háttérelmzés

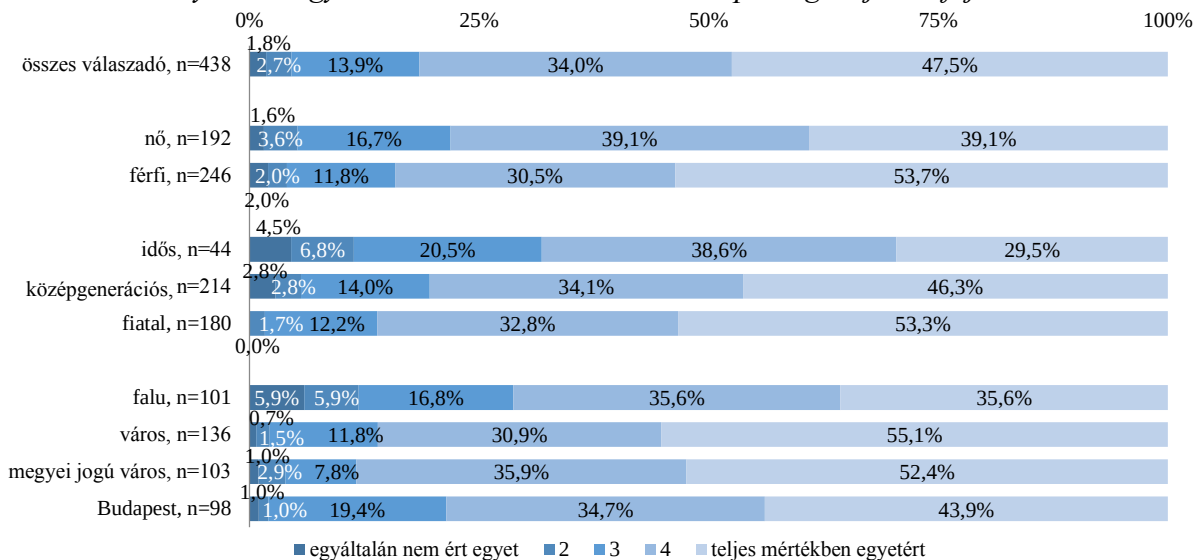
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem.”



Forrás: saját szerkesztés

86. ábra: Sportolási indítékok: jellemfejllesztés – háttérelmzés

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



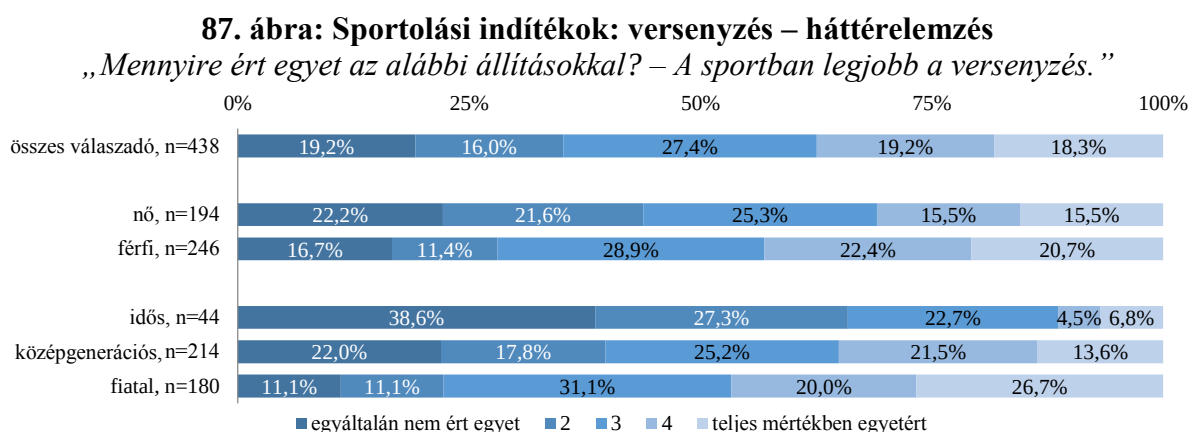
Forrás: saját szerkesztés

Az idősök több mint harmada egyáltalán nem ért egyet azzal az állítással, hogy *a sportban a versenyzés a legjobb*. Ezzel szemben a fiatalabb korosztályok nagyobb mértékben gondolják ezt a kijelentést igaznak (87. ábra).

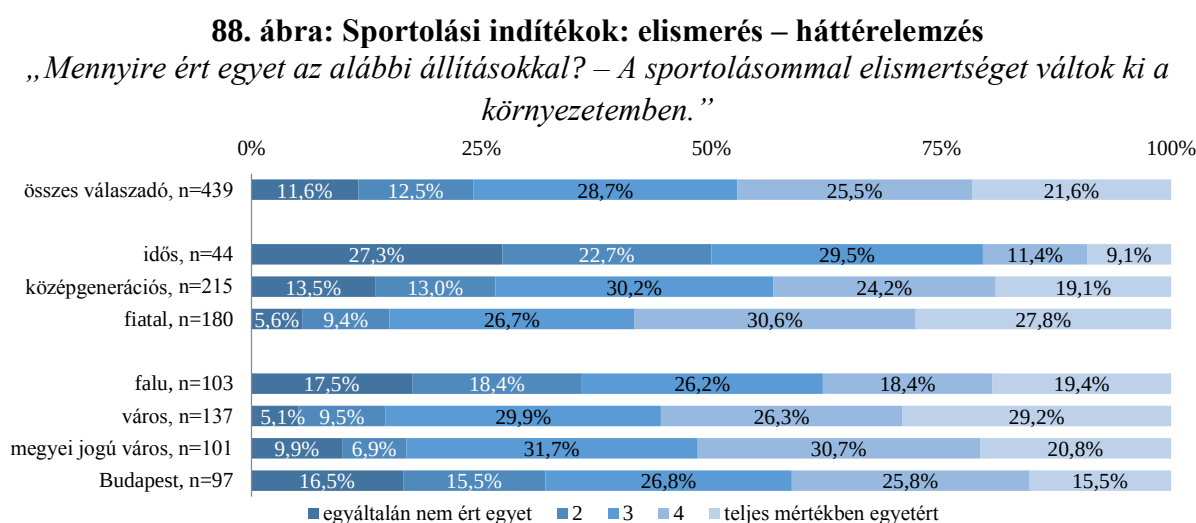
Az idősök kisebb arányban, míg a fiatalabbak nagyobb arányban gondolják úgy, hogy a *sportolással elismerést szereznek környezetükben*. Legkevésbé a budapesti lakosok értettek egyet ezzel, őket követték a falvak, majd a megyei jogú városok lakói. A városokban élők több mint negyede társítja a sportoláshoz a környezetből származó elismertséget (88. ábra).

A 89. ábra alapján látható, hogy minél rosszabb megélhetéssel rendelkezik egy válaszadó, annál kevésbé gondolja úgy, hogy a *sportolás örömet okoz*. Azonban akár a megélhetést, akár a végzettséget tekintve a többség inkább egyetért ezzel az állítással. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb arányban gondolták úgy, hogy a sportolás örömet okoz, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők. A kapcsolódó teljes adatsor a 9. mellékletben található. A válaszadók, akik kevésbé tudnak megélni, kisebb arányban *sportolnak az egészségükért*, mint azok, akiknek jobbak a megélhetési körülményeik. Legnagyobb arányban a megyei jogú városok válaszadói értettek egyet teljes mértékben azzal, hogy az egészségükért sportolnak. Egyéb városokban, illetve Budapesten lakók gondolták legkevésbé így (90. ábra).

Leginkább a megyei jogú városokban élők, majd a budapestiek, legkevésbé pedig a falvakban élők vélik igaznak „A sportolással maradhatok aktív” állítást (91. ábra).



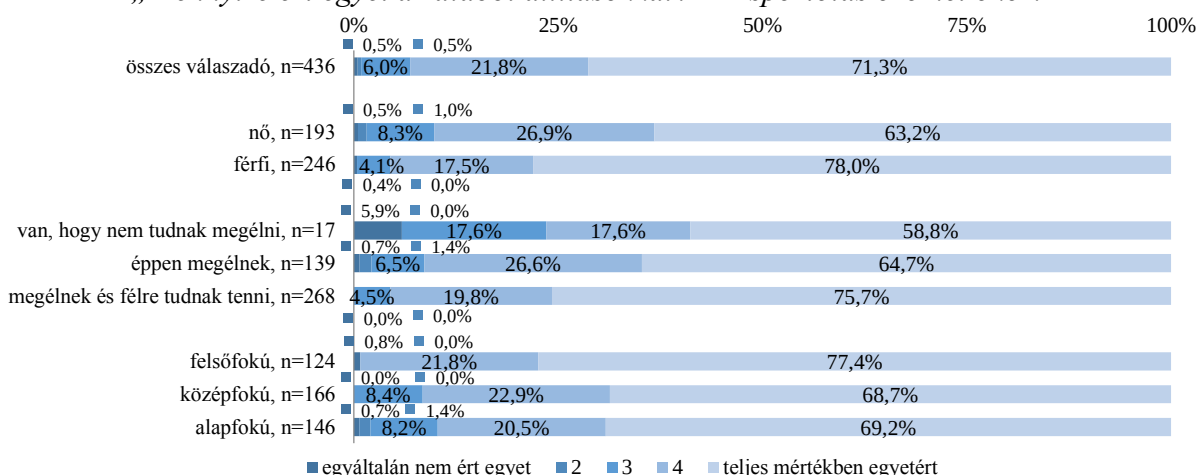
Forrás: saját szerkesztés



Forrás: saját szerkesztés

89. ábra: Sportolási indítékok: öröm – háttérelmzés

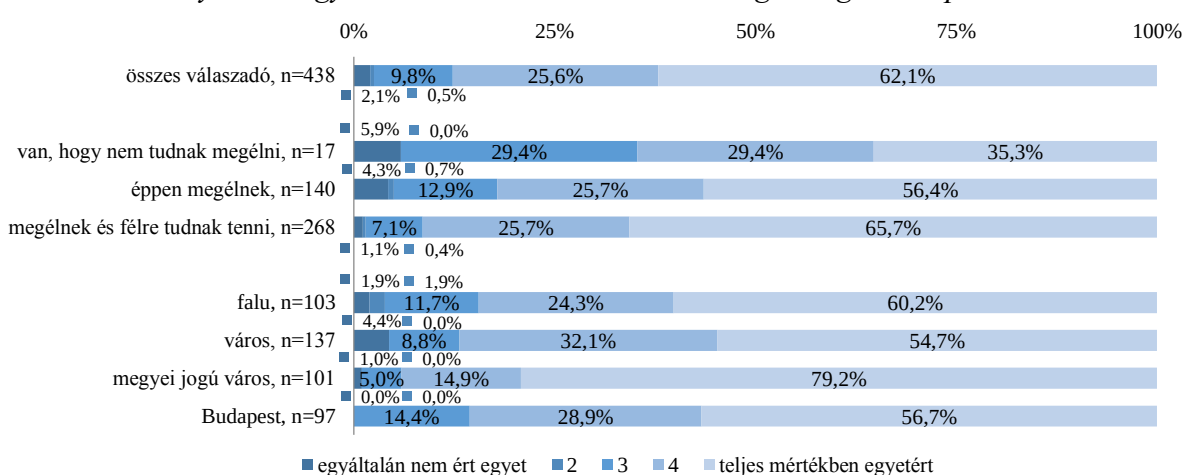
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sportolás örömet okoz.”



Forrás: saját szerkesztés

90. ábra: Sportolási indítékok: egészség – háttérelmzés

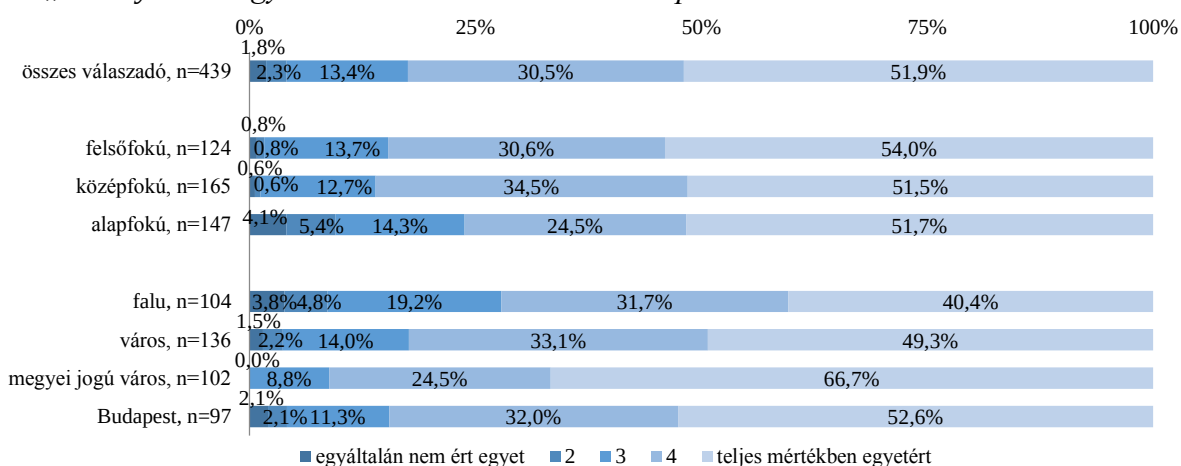
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Az egészségemért sportolok.”



Forrás: saját szerkesztés

91. ábra: Sportolási indítékok: aktívnak maradni – háttérelmzés

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



Forrás: saját szerkesztés

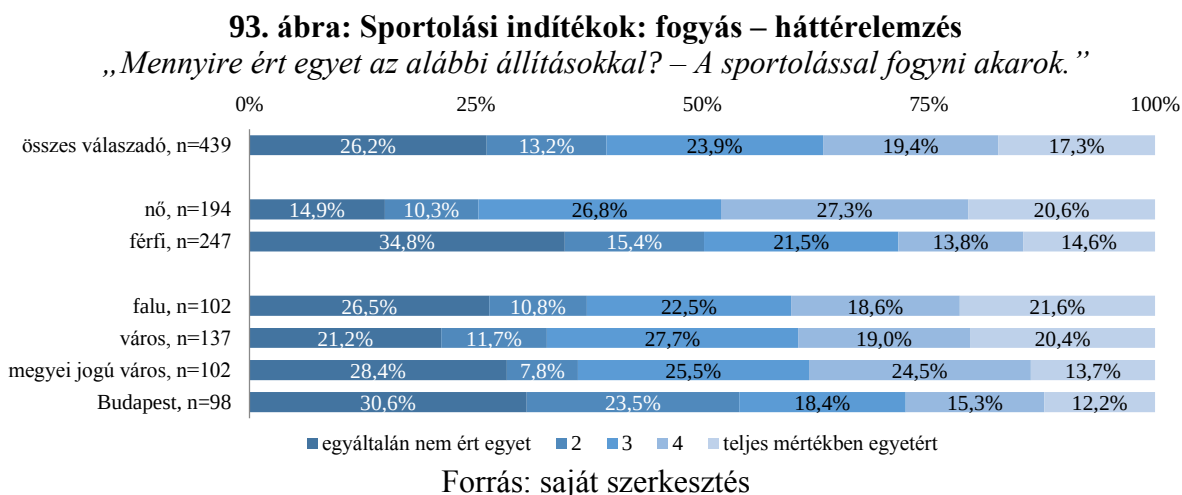
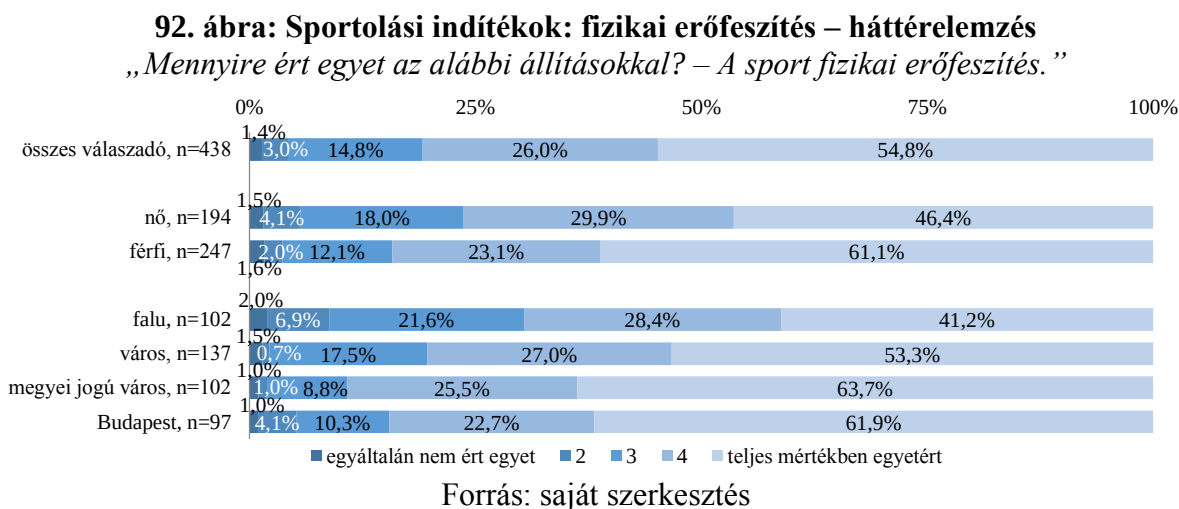
Budapesti, illetve megyei jogú városok lakói közel azonos arányban értettek egyet azzal az állítással, hogy a sport *fizikai erőfeszítés*. A falusi, illetve városi válaszadók között alacsonyabb volt ez az egyetértési arány (92. ábra).

A falvakban és a városokban élők nagyobb arányban szeretnék a sportolással *fogyni*. Míg ezen válaszadók ötöde teljes mértékben egyet értett az állítással, más településen élők közel harmada egyáltalán nem ezen indokból sportol (93. ábra).

„*A sporttal mindig újabb célokat érek el*” állítással a fiatalok fele teljes mértékben egyetért. Végzettséget tekintve, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb arányban értenek egyet, mint alacsonyabb végzettséggel rendelkező válaszadóink. Lakhelyet tekintve a városokban élők sokkal nagyobb arányban gondolják teljesen igaznak az állítást, mint a falvakban élők (94. ábra).

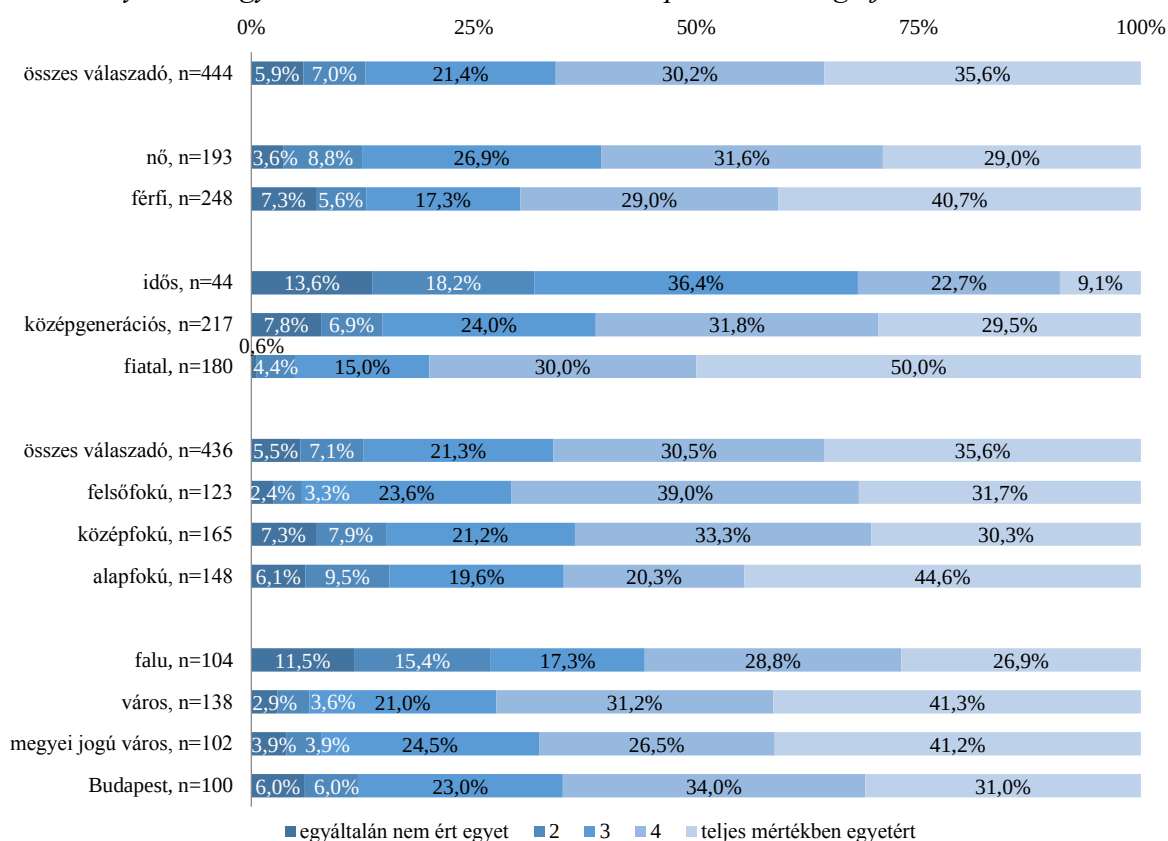
Minél fiatalabb, vagy minél alacsonyabb végzettségű egy válaszadó, annál inkább gondolja úgy, hogy a sporttal *fontos kapcsolatokat tud kialakítani*. A városokban, megyei jogú városokban, falvakban élő megkérdezettek is nagyobb arányban értettek egyet, mint a budapestiek (95. ábra).

A 96. ábra alapján látható, hogy a „*Mert rosszul érezném magam, ha nem fordítanék rá időt*” állítással a jobb anyagi helyzetben lévők jobban egyetértenek, mint, akik rosszabb körülmények között élnek.



94. ábra: Sportolási indítékok: új célok elérése – háttérelmzés

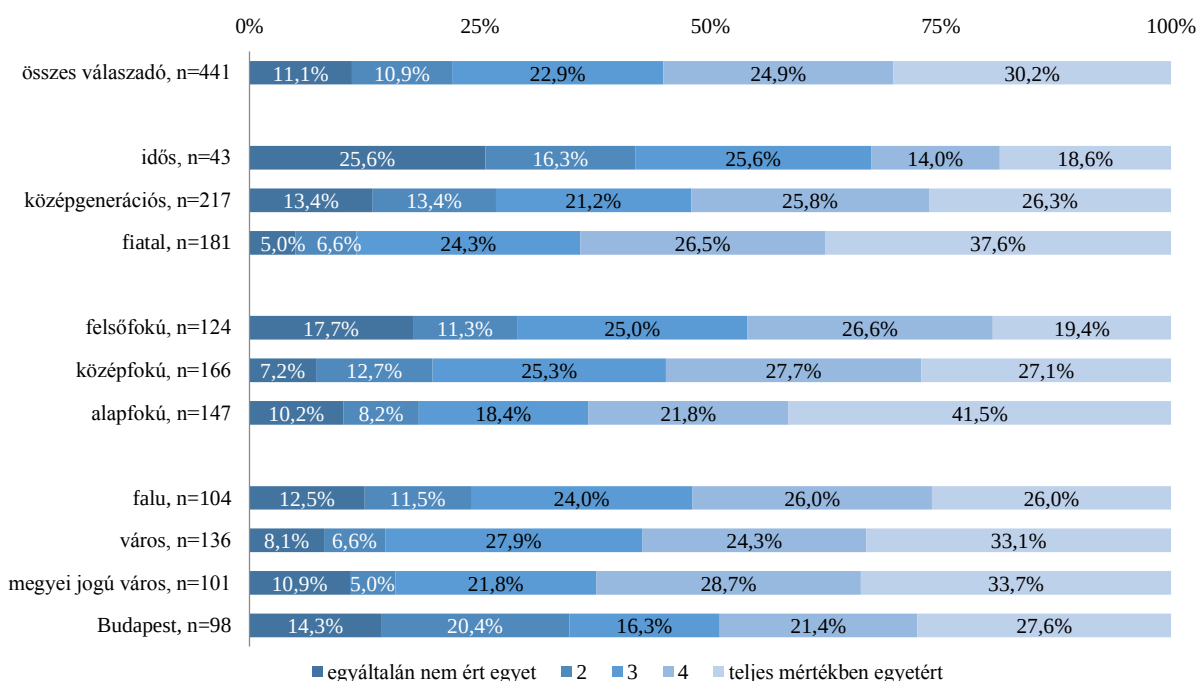
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sporttal mindig újabb célokat érek el.”



Forrás: saját szerkesztés

95. ábra: Sportolási indítékok: fontos kapcsolatok kialakítása – háttérelmzés

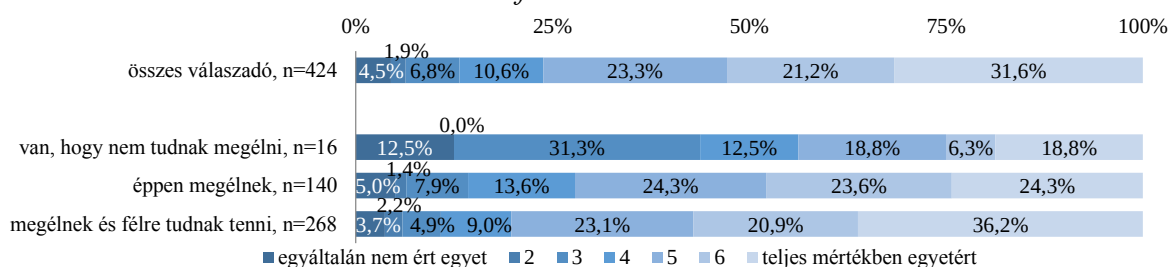
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani.”



Forrás: saját szerkesztés

96. ábra: A sportolás motivációi: igényli – háttérelmzés

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert rosszul érezném magam, ha nem fordítanék rá időt.”



Forrás: saját szerkesztés

A „Gyakran kérdezem én is magamtól, hogy miért csinálom még, mert már nem látom, hogy elérném a céljaimat, amiket kitűztem magam elé” állítás esetében általánosan alacsony volt az egyetértési arány. Végzettség tekintetében minél alacsonyabb végzettséggel rendelkeztek a válaszadók, annál nagyobb mértékben értettek egyet ezzel az állítással (97. ábra).

A 98. ábra alapján látható, hogy „A nehéz mozgáskombinációk elvégzése közben érzett örömet” állítás esetében a megyei jogú városban élők értettek egyet a legnagyobb mértékben, míg a faluban élők a legkevésbé.

A „Mert kifejezi a belső értékeimet” állítás esetében a városiaknak volt a legmagasabb az egyetértési aránya, míg a falubelieknek a legkisebb (99. ábra).

A 100. ábra alapján látható, hogy a „Mert a számomra fontos embereket bosszantaná, ha nem csinálnám” állítással azok kevésbé értettek egyet, akik megélnék és félre is tudnak tenni, a rosszabb anyagi helyzetben lévőkhez képest.

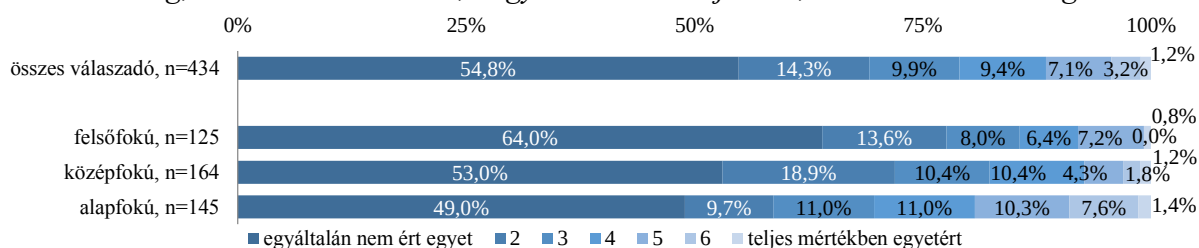
A „Mert az egyik legjobb módja annak, hogy fejlesszem személyiségem más oldalait is” állítással a fiatalok és a középgeneráció tagjai nagyobb arányban egyetértettek, mint az idősek. Akik éppen megélnék, és akik megélnék és félre is tudnak tenni pedig nagyobb arányban értettek ezzel egyet, mint akik van, hogy nem tudnak megélni (101. ábra).

A 102. ábra alapján látható, hogy nagyobb arányban sportolnak a középgeneráció tagjai és a fiatalok, mert örömet okoz nekik, hogy többet tanulnak a sportágukról, mint az idősek.

A fiatalok és a középgenerációsok nagyobb arányban sportolnak az ismeretlen edzéstechnikák elsajátításakor érzett öröm miatt, mint az idősek (103. ábra).

97. ábra: A sportolás motivációi: már nem éri el a céljait – háttérelmzés

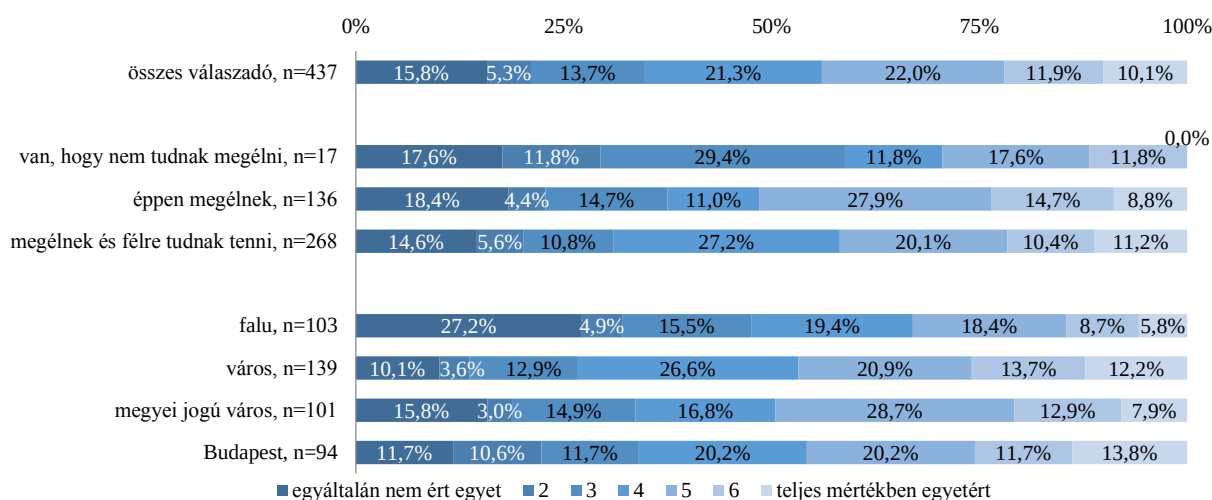
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Gyakran kérdezem én is magamtól, hogy miért csinálom még, mert már nem látom, hogy elérném a céljaimat, amiket kitűztem magam elé.”



Forrás: saját szerkesztés

98. ábra: A sportolás motivációi: öröm – háttérelvezés

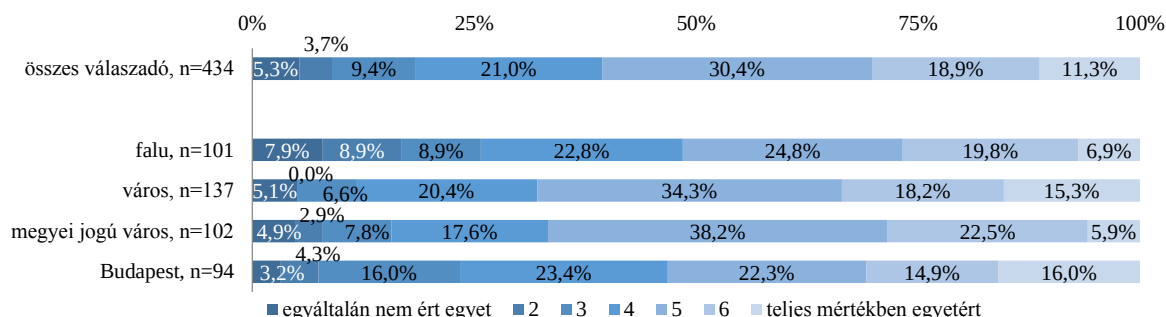
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A nehéz mozgáskombinációk elvégzése közben érzett örömeért.”



Forrás: saját szerkesztés

99. ábra: A sportolás motivációi: kifejezi a belső értékeket – háttérelvezés

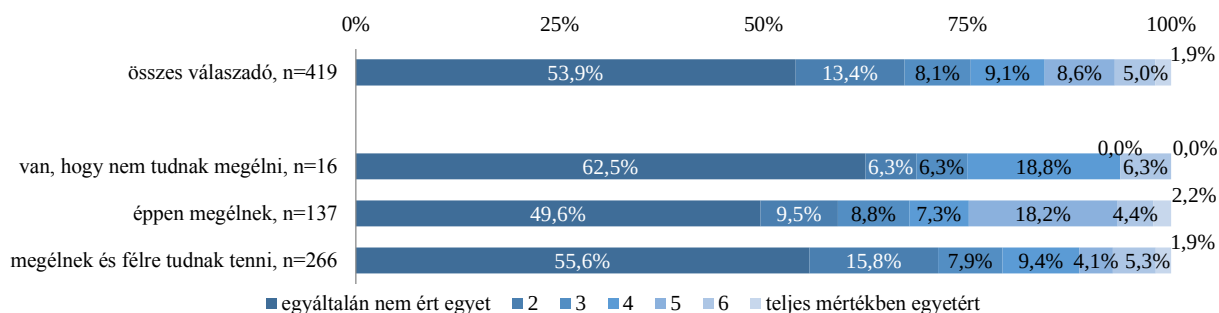
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert kifejezi a belső értékeimet.”



Forrás: saját szerkesztés

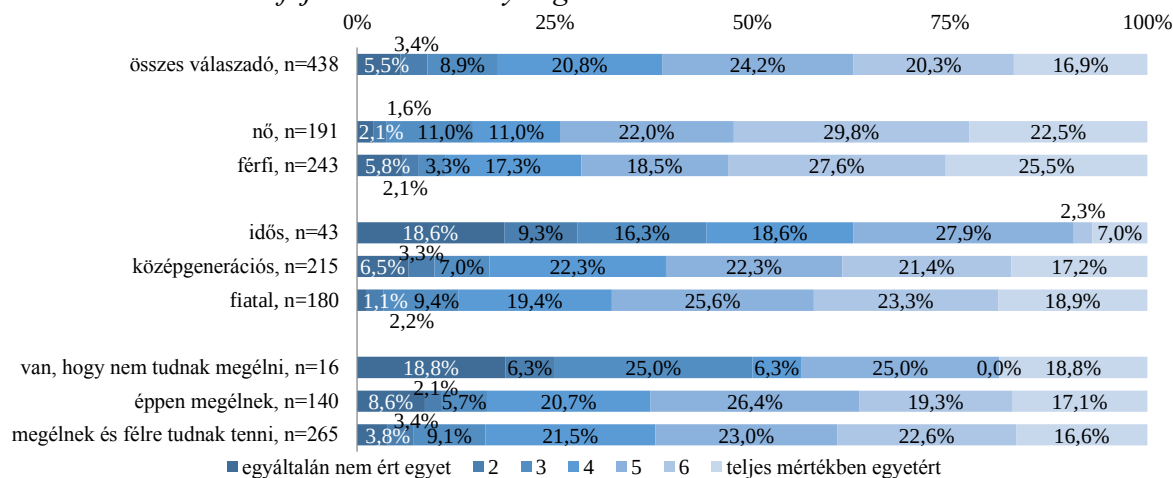
100. ábra: A sportolás motivációi: számára fontos embereket bosszantaná, ha nem tenné – háttérelvezés

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert a számomra fontos embereket bosszantaná, ha nem csinálnám.”



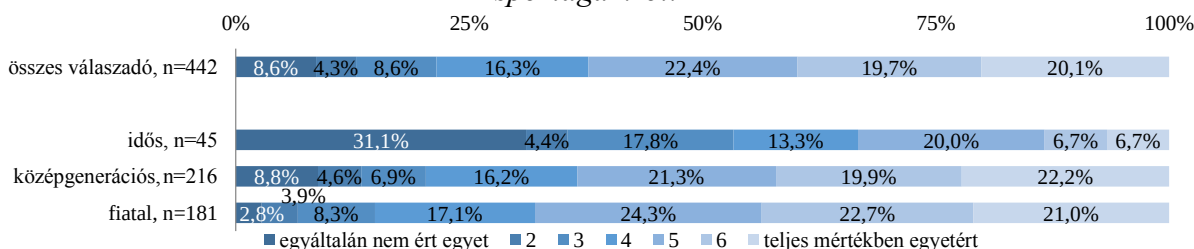
Forrás: saját szerkesztés

101. ábra: A sportolás motivációi: személyiség más oldalainak fejlesztése – háttérelmezés
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert az egyik legjobb módja annak, hogy fejlesszem személyiségem más oldalait is.”



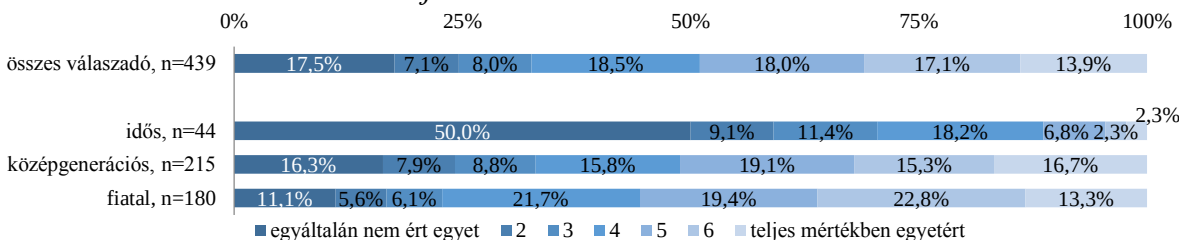
Forrás: saját szerkesztés

102. ábra: A sportolás motivációi: tanulás a sportágról – háttérelmezés
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert örömet okoz, hogy többet tanulok a sportágamról.”



Forrás: saját szerkesztés

103. ábra: A sportolás motivációi: új edzéstechnikák elsajátítása – háttérelmezés
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Az eddig ismeretlen edzéstechnikák elsajátításakor érzett öröm miatt.”



Forrás: saját szerkesztés

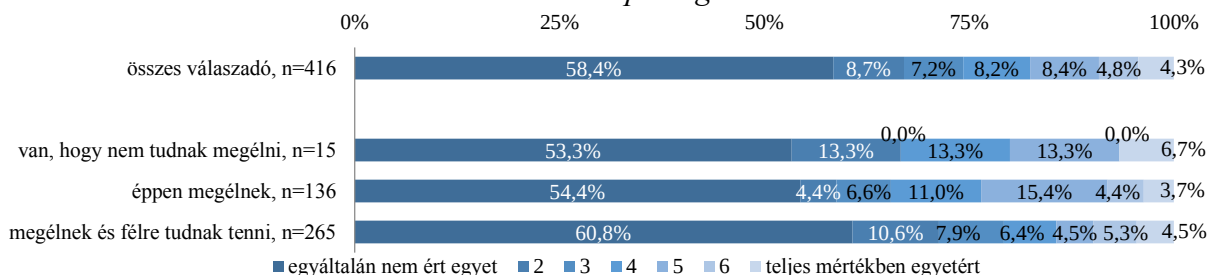
Az „Olyan érzésem van, hogy már nem tudok sikeres lenni ebben a sportágban” állítással a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetük értettek egyet a legkisebb mértékben a kedvezőtlenebb anyagi helyzetben lévőkhez képest (104. ábra).

A „Mert nagyon érdekes megtanulnom, hogy miként fejlődhetek” állítással az idősebb generáció kevésbé értett egyet, mint a középgeneráció vagy a fiatalok (105. ábra).

A „Mert ez a sport az önfejlesztésem egyik módja” állítással a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben lévők értenek egyet a legnagyobb mértékben. A településtípusokat tekintve pedig megállapítható, hogy a megyei jogú városokban lakók azok, akik a legnagyobb mértékben értettek egyet az említett állítással (106. ábra).

104. ábra: A sportolás motivációi: érzés – már nem tud sikeres lenni a sportágban – háttérelvezés

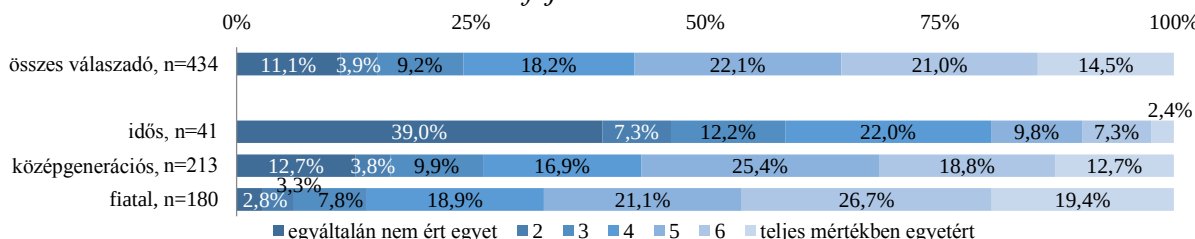
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Olyan érzésem van, hogy már nem tudok sikeres lenni ebben a sportágban.”



Forrás: saját szerkesztés

105. ábra: A sportolás motivációi: fejlődés tanulása – háttérelvezés

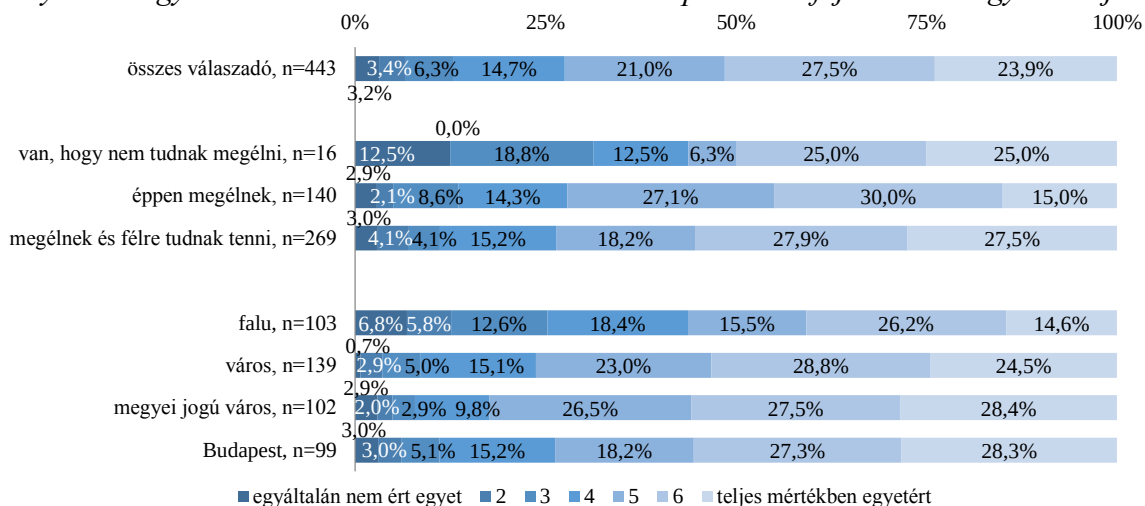
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert nagyon érdekes megtanulnom, hogy miként fejlődhetnek.”



Forrás: saját szerkesztés

106. ábra: A sportolás motivációi: önfejlesztés – háttérelvezés

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert ez a sport az önfejlesztésem egyik módja.”

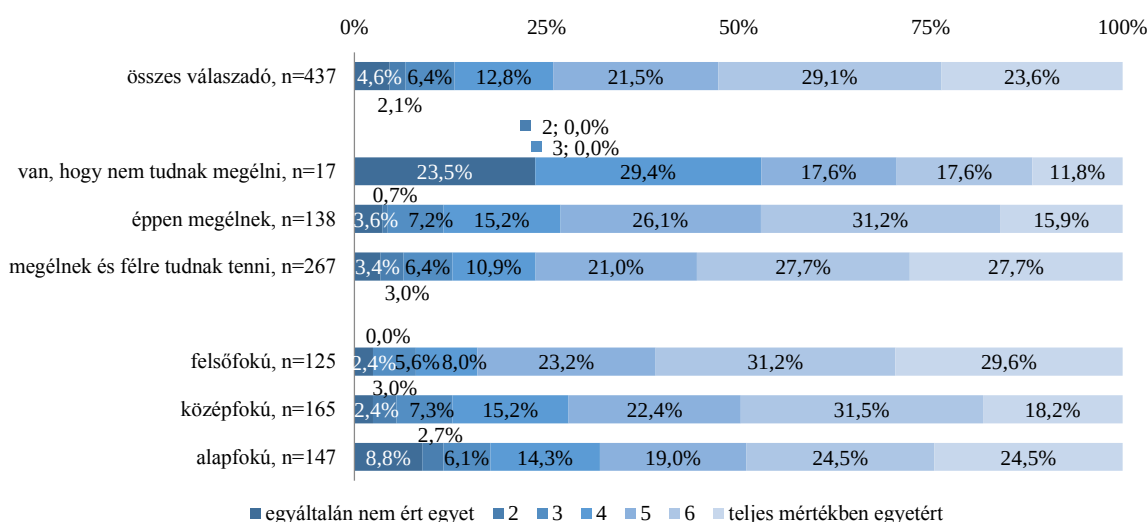


Forrás: saját szerkesztés

A 107. ábra alapján megállapítható, hogy a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben levők között a legnagyobb az egyetértés a „Mert azonos a belső értékrendemmel” állítással kapcsolatban a kedvezőtlenebb anyagi helyzetben levőkhöz képest. Végzettségek tekintetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők értenek egyet legnagyobb mértékben az állítással. A „Mert élvezek új technikai elemeket megtanulni” állítással a fiatalok értettek a nagyobb mértékben egyet (108. ábra).

107. ábra: A sportolás motivációi: belső értékrend – háttérelmezés

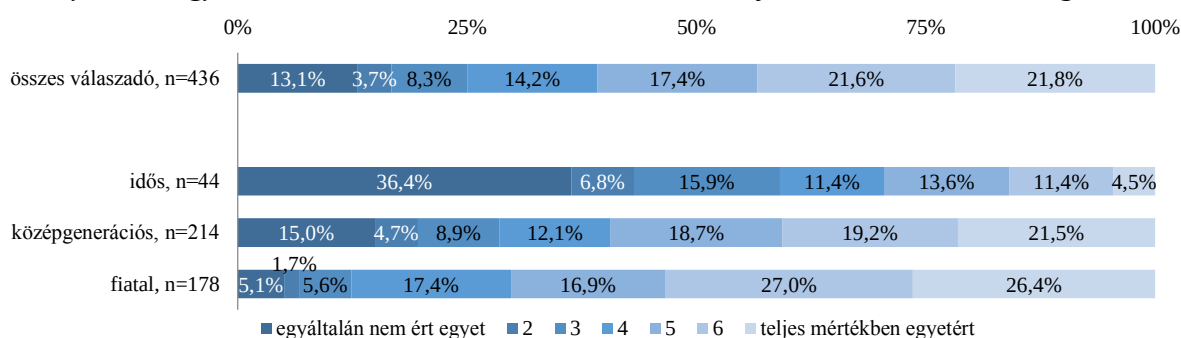
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert azonos a belső értékrendemmel.”



Forrás: saját szerkesztés

108. ábra: A sportolás motivációi: új technikai elemek – háttérelmezés

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert élvezek új technikai elemeket megtanulni.”



Forrás: saját szerkesztés

A 109. ábra alapján látható, hogy a megélnék és félre is tudnak tenni anyagi helyzetben levők értettek a legnagyobb mértékben egyet a „Mert jobb érzésem van magammal kapcsolatban, amikor csinálom” állítással a különböző anyagi helyzetben levőkhöz képest.

A megélnék és félre is tudnak tenni anyagi helyzetben levők értettek a legkevésbé egyet a „Már nem is egyértelmű számomra, hogy miért sportolok, nem hiszem, hogy van helyem ebben a sportban” állítással a többi anyagi helyzetben levőkhöz képest. A végzettségek esetében a

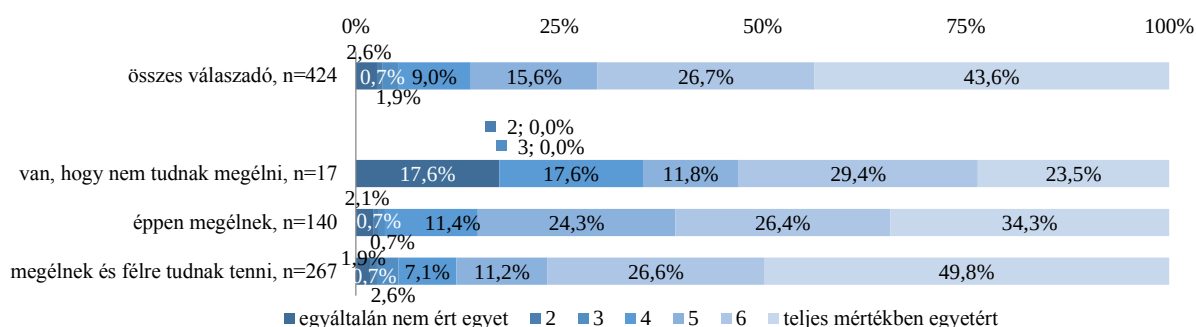
felsőfokú végzettséggel rendelkezők azok, akik a legkisebb mértékben értettek egyet az állítással (110. ábra).

A „Mert úgy gondolom ez egy jó módja a személyiségem értékes részeinek fejlesztésére” állítással a különböző településtípusokon lakók közül a legnagyobb mértékben a városokban élők értettek egyet (111. ábra).

A 112. ábra alapján látható, hogy a „Mert élvezem, ha új módszereket ismerhetek meg a teljesítményem növelésére” állítással leginkább a fiatalok értettek egyet.

109. ábra: A sportolás motivációi: jobb érzés önmagával kapcsolatban – háttérelmzés

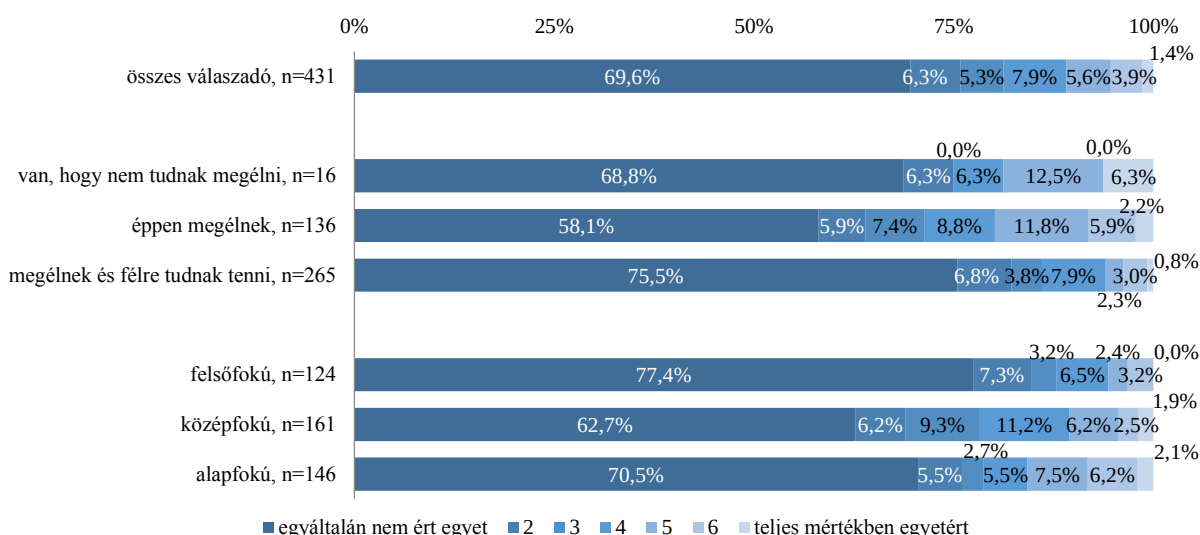
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert jobb érzésem van magammal kapcsolatban, amikor csinálom.”



Forrás: saját szerkesztés

110. ábra: A sportolás motivációi: nem hiszi, hogy helye van a sportjában – háttérelmzés

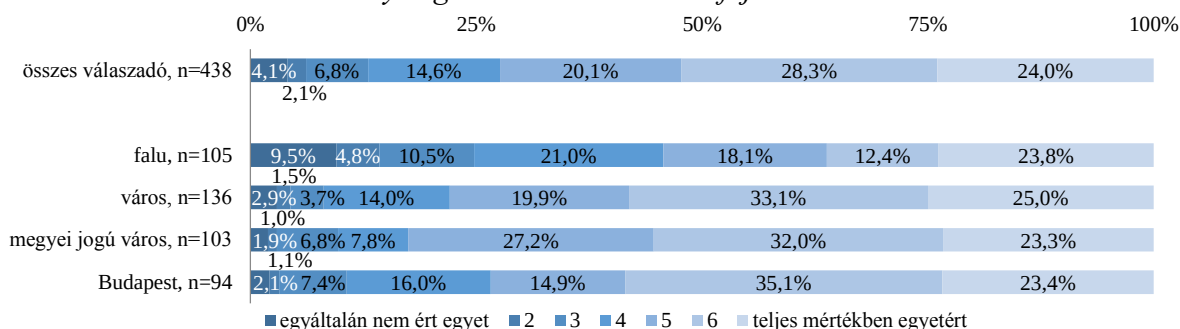
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Már nem is egyértelmű számomra, hogy miért sportolok, nem hiszem, hogy van helyem ebben a sportban.”



Forrás: saját szerkesztés

111. ábra: A sportolás motivációi: személyisége értékes részeinek fejlesztése – háttérelmzés

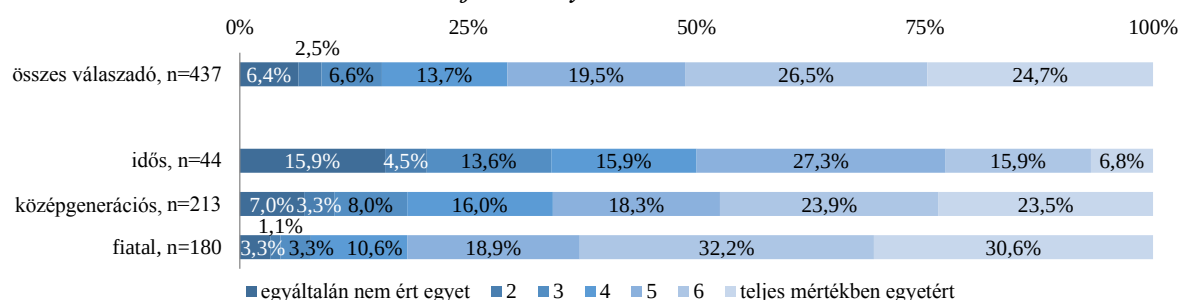
„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert úgy gondolom ez egy jó módja a személyiségem értékes részeinek fejlesztésére.”



Forrás: saját szerkesztés

112. ábra: A sportolás motivációi: új módszerek megismerése – háttérelmzés

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat. Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – Mert élvezem, ha új módszereket ismerhetek meg a teljesítményem növelésére.”



Forrás: saját szerkesztés

4.3. Sportok iránti érdeklődés

A 113. ábra alapján látható, hogy azokat a személyeket érdekli leginkább a sport, akik sportolnak. Korosztályok tekintetében a legnagyobb *sport iránti érdeklődés* a fiatalok körében jellemző. Anyagi helyzet tekintetében a legalacsonyabb érdeklődés a legkedvezőtlenebb anyagi helyzetben levők körében figyelhető meg. A végzettségek tekintetében megfigyelhető, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezőket, míg a lakóhelyeket illetően a városokban élőket érdekli a legnagyobb mértékben.

A legnagyobb mértékben azok a személyek *ismerik a futást, mint sportot*, akik sportolnak. Míg a különböző korosztályok közül leginkább a fiatalok ismerik. A végzettségi szint esetében alapfokú végzettséggel rendelkezők, továbbá különböző településtípusok közül a falvakban élők azok, akik a legkevésbé ismerik a futás, mint sportot (114. ábra).

Azok a válaszadók ismerik leginkább a *kézilabdát*, akik sportolnak, illetve a fiatalok. A „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben levők kevésbé ismerik az említett sportot, mint a kedvezőbb anyagi helyzetben levők. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is jobban ismerik, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők (115. ábra).

A 116. ábra alapján látható, hogy a *kosárlabdát* jobban ismerik azok, akik sportolnak, mint akik soha nem sportoltak vagy már abbahagyták azt. A különböző korosztályok közül a fiatalok

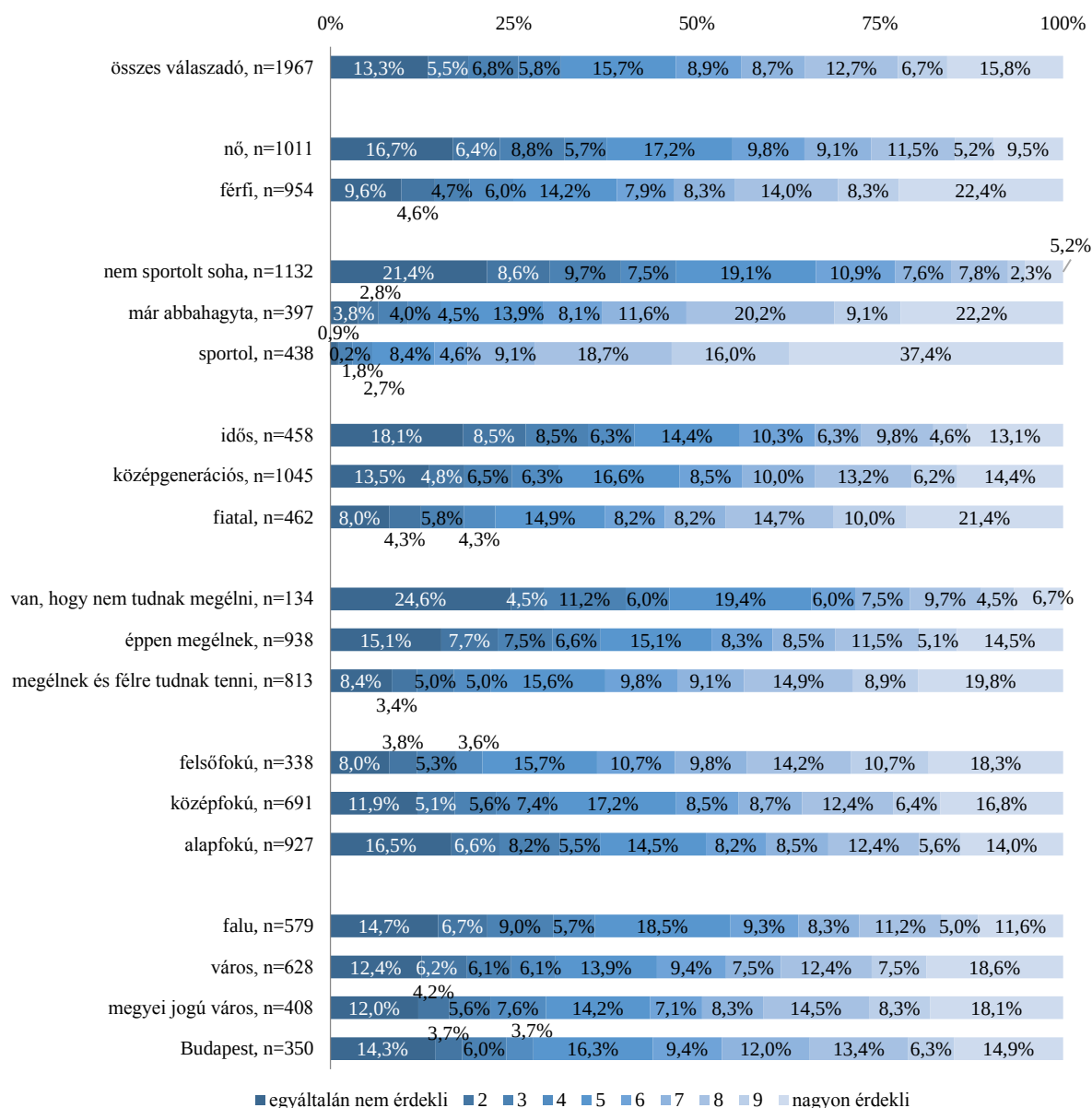
ismerik leginkább ezt a sportot. A „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben levők kevésbé ismerik az említett sportot, mint a kedvezőbb anyagi helyzetben levők. A lakóhelyeket illetően megállapítható, hogy a falvakban élők kevésbé ismerik a kosárlabdát, mint a nagyobb településen élők.

A 117. ábra mutatja, hogy a *vitórlázást* azok ismerik leginkább, akik sportolnak, korosztályok tekintetében pedig a fiatalok. A Budapesten élők jobban ismerik ezt a sportot más lakóhelyen élőkhez képest.

Az *e-sportot* a fiatalok jobban ismerik, mint az idősebb korosztály. A „megélnék és félre is tudnak tenni” anyagi helyzetben levők is jobban ismerik, mint a kedvezőtlenebb anyagi helyzetben levők. Végzettségi szint tekintetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében, valamint a lakóhelyet illetően a budapestiek körében a legismertebb (118. ábra).

113. ábra: Sport iránti érdeklődés – háttérelvezés

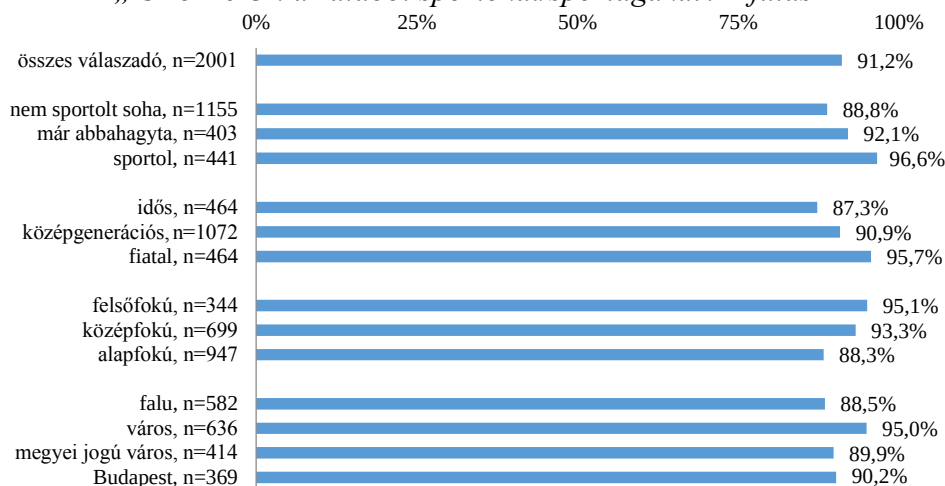
„Mennyire érdekli Önt a sport?”



Forrás: saját szerkesztés

114. ábra: Sportágak ismertsége: futás – háttérelvezés

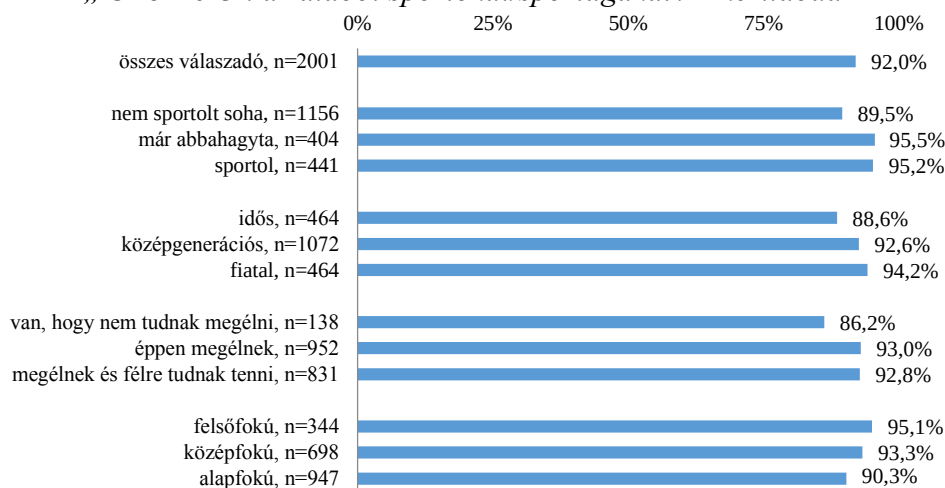
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – futás”



Forrás: saját szerkesztés

115. ábra: Sportágak ismertsége: kézilabda – háttérelvezés

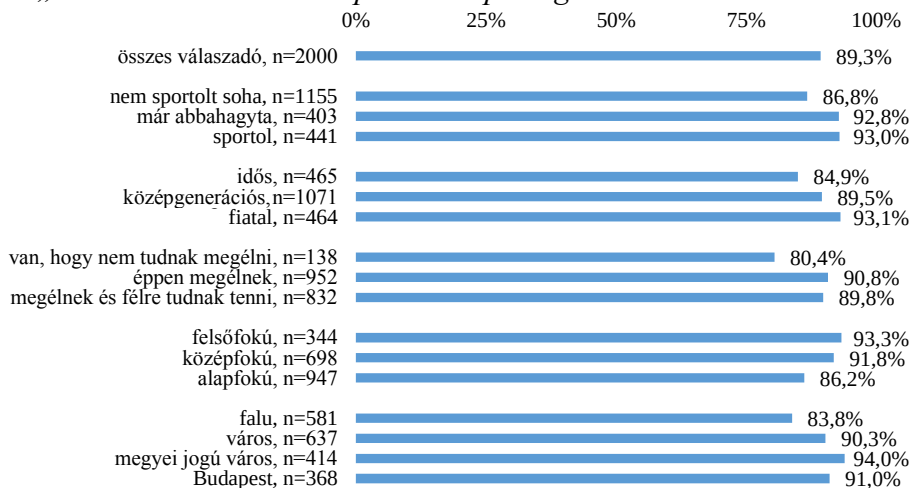
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – kézilabda”



Forrás: saját szerkesztés

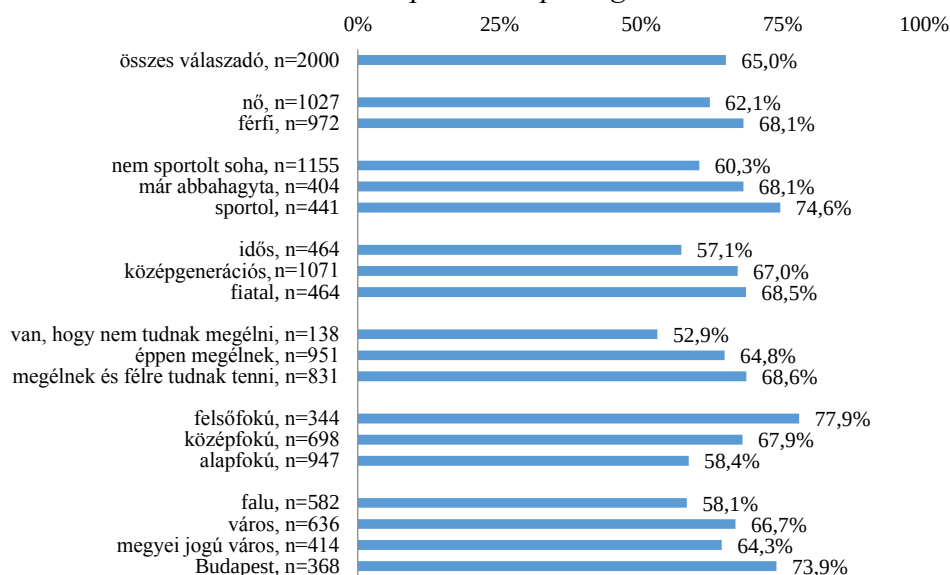
116. ábra: Sportágak ismertsége: kosárlabda – háttérelvezés

„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – kosárlabda”



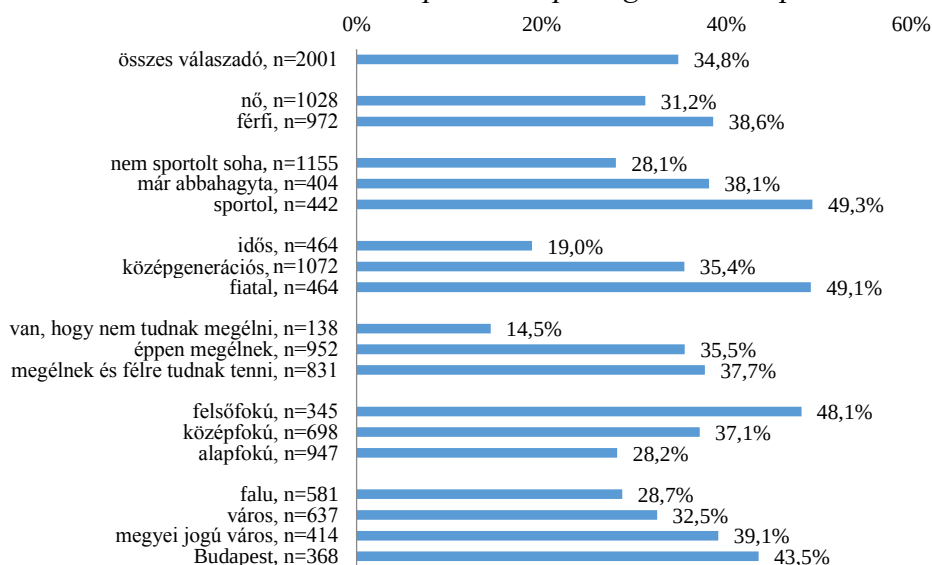
Forrás: saját szerkesztés

117. ábra: Sportágak ismertsége: vitorlázás – háttérelvezés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – vitorlázás”



Forrás: saját szerkesztés

118. ábra: Sportágak ismertsége: e-sport – háttérelvezés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – e-sport”



Forrás: saját szerkesztés

A pókert, mint sportot leginkább azok ismerik, akik sportolnak. alapján látható az is, hogy a fiatalok jobban ismerik ezt a sportot, mint a középgenerációsok vagy az idősek. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők körében ismertebb ez a sport, mint a kevésbé jó anyagi helyzetben levők körében. A lakóhelyet illetően pedig a budapestiek körében a legismertebb (119. ábra).

Az idősebbek kevésbé ismerik az autósportokat, mint a középgeneráció tagjai vagy a fiatalok. Megállapítható, hogy a megélnék és félre is tudnak tenni anyagi helyzetben levők ismerik a leginkább ezt a sportot más anyagi helyzetűekhez képest. A lakóhelyet illetően a falvakban élők azok, akik a legkevesbé ismerik (120. ábra).

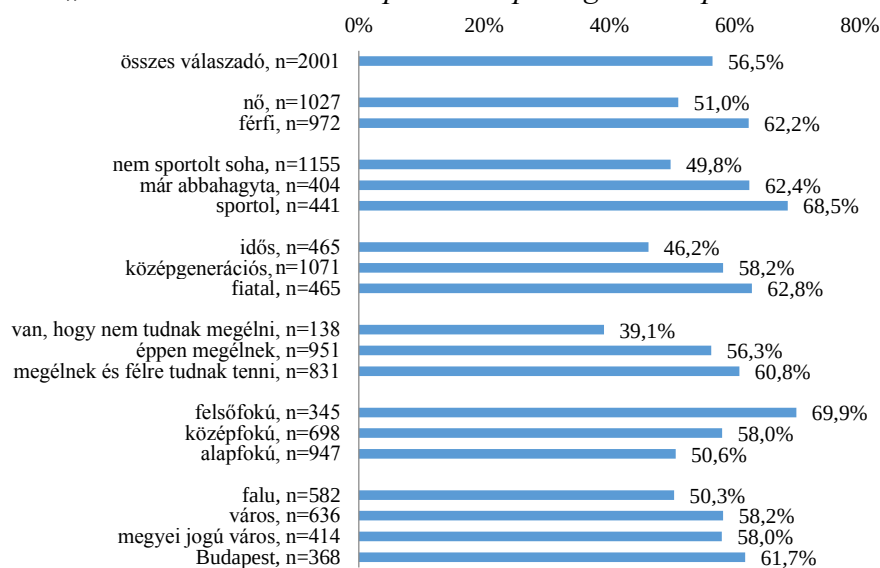
A férfiak magasabb arányban ismerik a *labdarúgást*, mint a nők (121. ábra).

A *sakk* azok körében a legismertebb, akik sportolnak (122. ábra). Továbbá látható, hogy a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők jobban ismerik, mint a kevésbé jó helyzetben lévők. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők kevésbé ismerik a sakkot, mint a magasabb végzettséggel rendelkezők. A lakóhelyet illetően a budapestiek körében a legismertebb.

Az *úszás* azok körében a legkevésbé ismert, akik soha nem sportoltak. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők jobban ismerik, mint az alacsonyabb szintű végzettséggel rendelkezők. Lakóhely tekintetében a budapestiek körében a legismertebb (123. ábra).

119. ábra: Sportágak ismertsége: póker – háttérelvezés

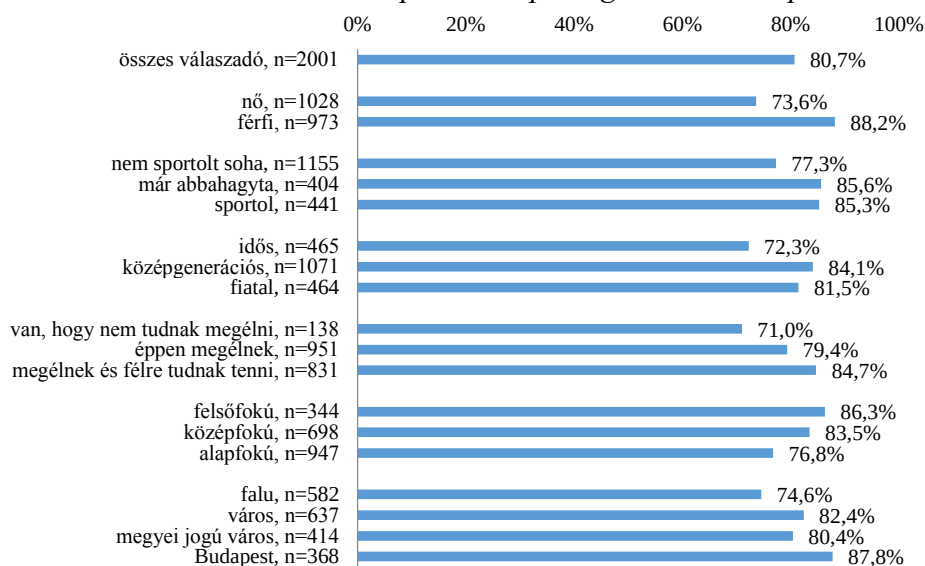
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – póker”



Forrás: saját szerkesztés

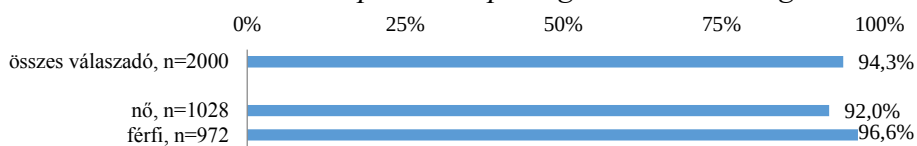
120. ábra: Sportágak ismertsége: autósport – háttérelvezés

„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – autósport”



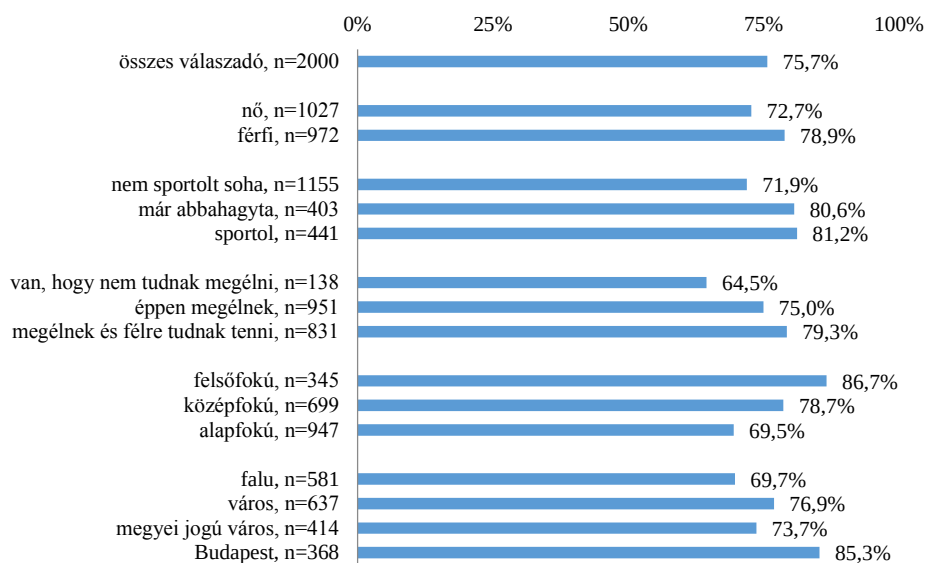
Forrás: saját szerkesztés

121. ábra: Sportágak ismertsége: labdarúgás – háttérellemzés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – labdarúgás”



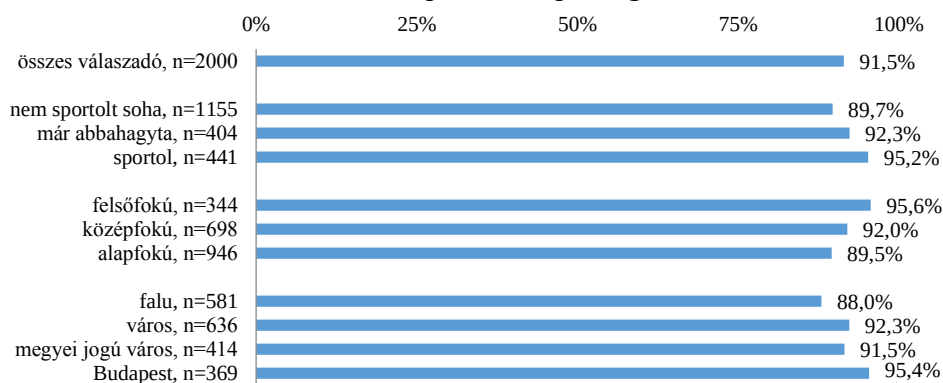
Forrás: saját szerkesztés

122. ábra: Sportágak ismertsége: sakk – háttérellemzés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – sakk”



Forrás: saját szerkesztés

123. ábra: Sportágak ismertsége: úszás – háttérellemzés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – úszás”

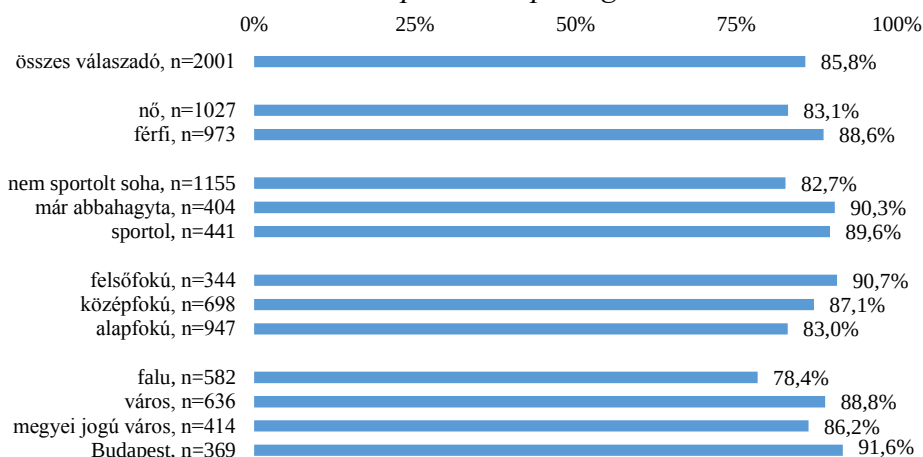


Forrás: saját szerkesztés

A vízilabdát legkevésbé azok ismerik, akik soha nem sportoltak (124. ábra). A felsőfokú végzettséggel rendelkezők jobban ismerik, mint az alacsonyabb végzettségi szinttel rendelkezők. A lakóhelyet illetően a falvakban élők ismerik legkevésbé.

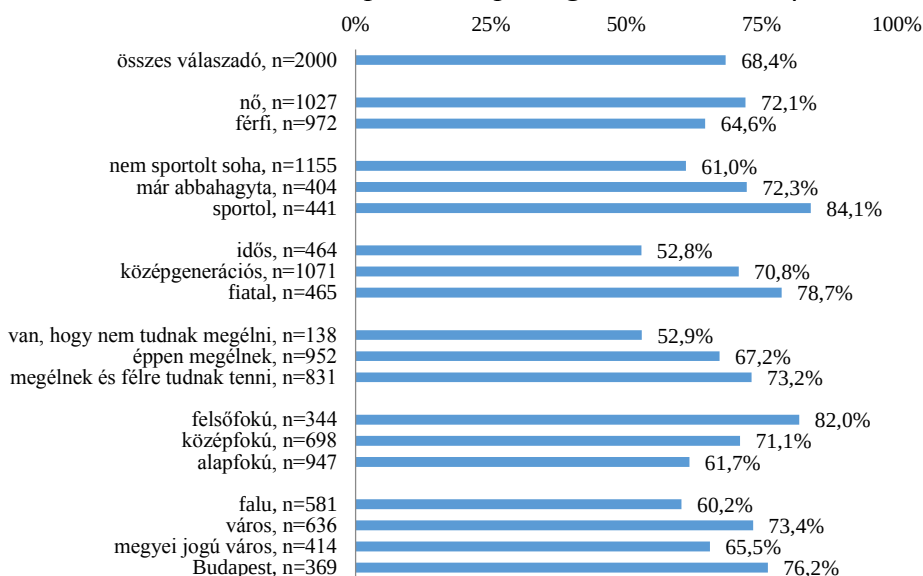
Az aerobicot/fitneszt azok ismerik leginkább, akik sportolnak. A fiatalabb generáció jobban ismeri, mint az idősebb korosztály. A megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben levők is jobban ismerik, mint a kevésbé jó helyzetben levők (125. ábra).

124. ábra: Sportágak ismertsége: vízilabda – háttérellemzés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – vízilabda”



Forrás: saját szerkesztés

125. ábra: Sportágak ismertsége: aerobic/fitness – háttérellemzés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – aerobic/fitness”



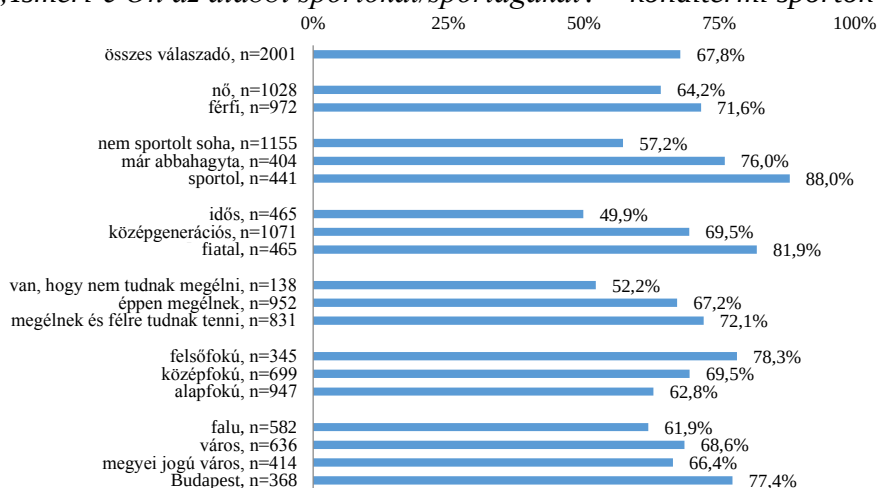
Forrás: saját szerkesztés

Látható, hogy akik sportolnak, jobban ismerik a *konditermi sportokat*, mint akik soha nem sportoltak, vagy már nem sportolnak (126. ábra). Az idősebbek kevésbé ismerik ezeket a sportokat, mint a fiatalok és középgenerációsok. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is jobban ismerik, mint az alacsonyabb végzetési szinttel rendelkezők.

A *jégkorong* kevésbé ismert azok között, akik nem sportoltak soha. A középgeneráció tagjai jobban ismerik ezt a sportot a fiatalokhoz és az idősekhez képest. Továbbá a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetűek nem annyira ismerik a jégkorongot, mint a kedvezőbb helyzetben levők (127. ábra).

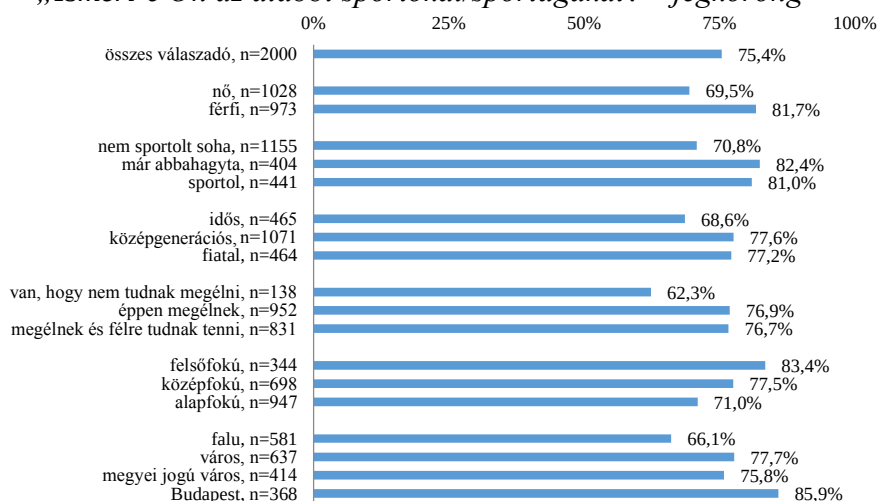
A vizsgálatunk alapján a *röplabdát* a fiatalok, valamint a kedvezőbb anyagi helyzetben levők, illetve a felsőfokú végzettséggel rendelkezők ismerik jobban. Az is látható, hogy a falvakban lakók számára kevésbé ismert (128. ábra).

126. ábra: Sportágak ismertsége: konditermi sportok – háttérelvezés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – konditermi sportok”



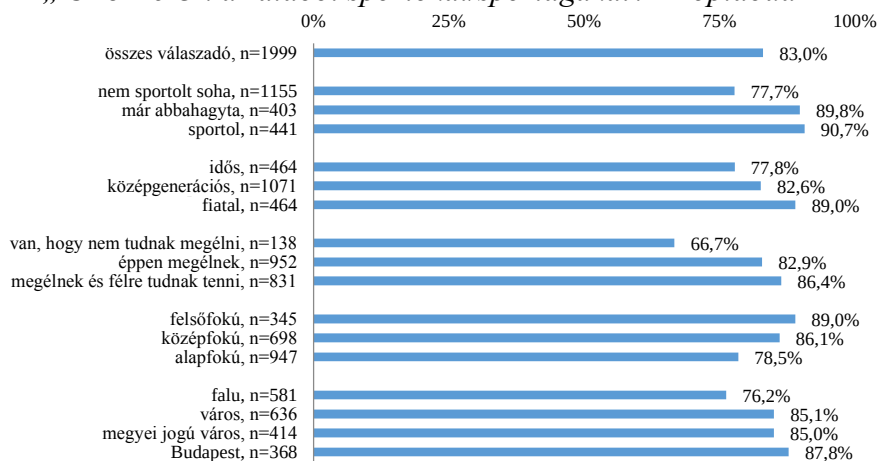
Forrás: saját szerkesztés

127. ábra: Sportágak ismertsége: jégkorong – háttérelvezés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – jégkorong”



Forrás: saját szerkesztés

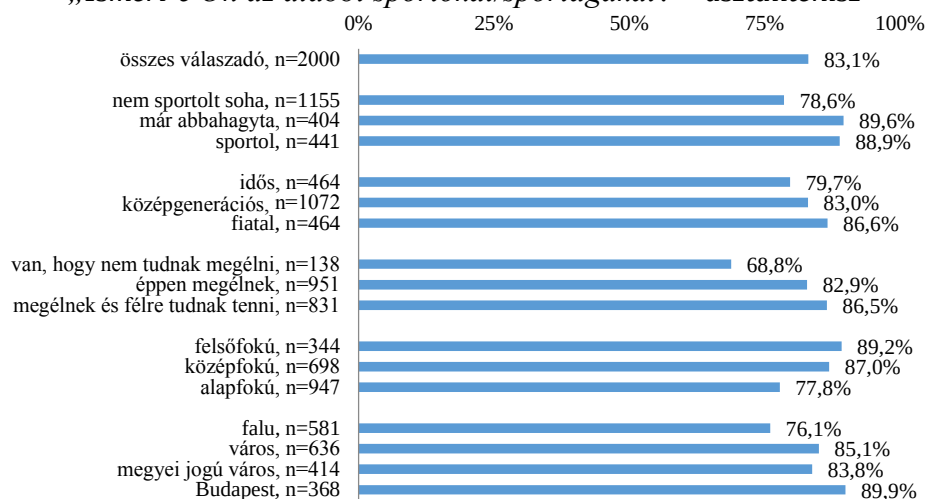
128. ábra: Sportágak ismertsége: röplabda – háttérelvezés
 „Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – röplabda”



Forrás: saját szerkesztés

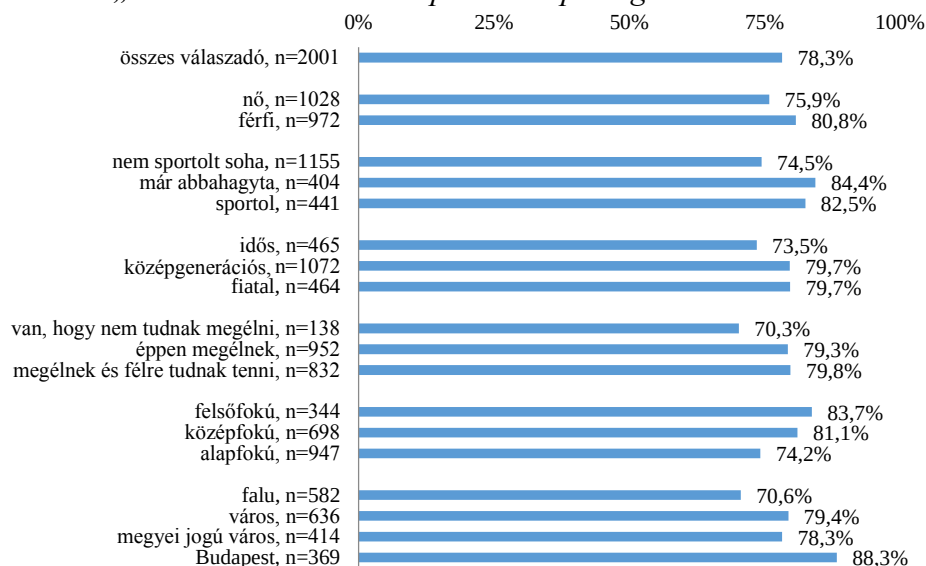
Az *asztalitenisz* a fiatalok körében ismertebb az idősebb korosztályhoz képest. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetűek jobban ismerik, mint a kevésbé jó helyzetben lévők. A lakóhelyek esetében a budapestiek körében a legismertebb az asztalitenisz (129. ábra). A *vívás* azok körében a legkevésbé ismert, akik nem sportoltak soha vagy az idősebb generációhoz tartoznak. A „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetűek nem ismerik annyira ezt a sportot, mint a kedvezőbb helyzetben levők (130. ábra).

129. ábra: Sportágak ismertsége: asztalitenisz – háttérelvezés
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – asztalitenisz”



Forrás: saját szerkesztés

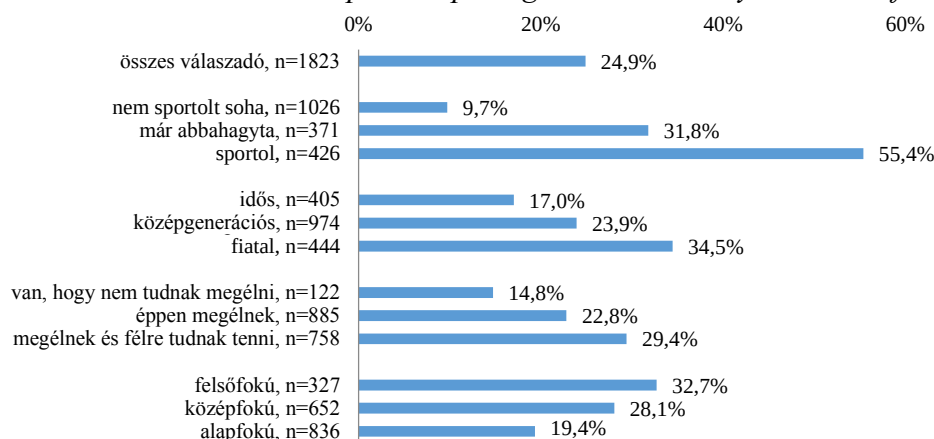
130. ábra: Sportágak ismertsége: vívás – háttérelvezés
„Ismeri-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat? – vívás”



Forrás: saját szerkesztés

A 131. ábra alapján látható, hogy a *futás* leginkább azokat *érdeкли*, akik sportolnak. A korosztályok esetében a legnagyobb érdeklődés a fiatalok körében mutatkozik. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb érdeklődést mutatnak a futás iránt, mint az alacsonyabb végzettségűek.

131. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: futás – háttérellemzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – futás”



Forrás: saját szerkesztés

Azokat a válaszadókat érdekli a legkevésbé a *kézilabda*, akik nem sportoltak soha. Továbbá a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben levők nagyobb érdeklődést mutatnak iránta, mint a kedvezőtlenebb helyzetűek. A lakóhelyeket illetően a budapestiek körében a legkisebb az érdeklődési szint a *kézilabda* iránt (132. ábra).

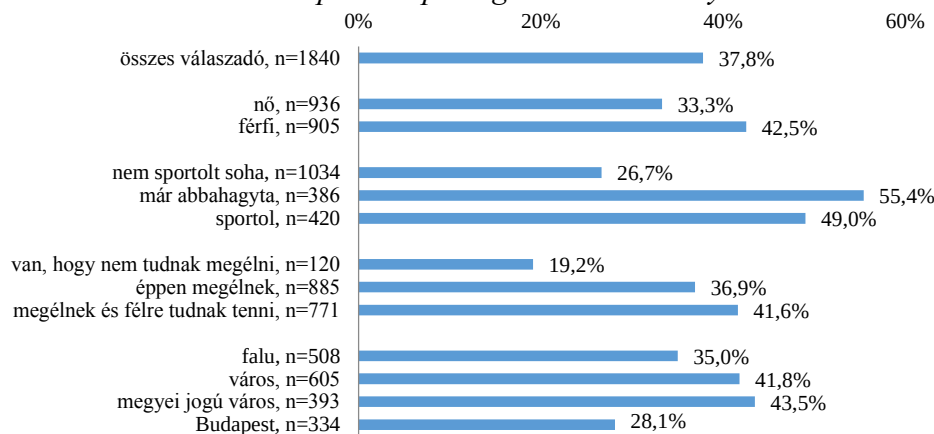
A *kosárlabda* iránti érdeklődés alacsonyabb azok között, akik nem sportoltak soha, mint azok között, akik sportolnak vagy sportoltak, de már abbahagyták azt. A felmérés szerint a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetűeket kevésbé foglalkoztatja ez a sport, mint a kedvezőbb helyzetben levőket (133. ábra).

A 134. ábra alapján látható, hogy a *vitórlázás* iránti érdeklődés azok között a legmagasabb szintű, akik sportolnak. A felsőfokú végzettséggel rendelkezőket jobban érdekli ez a sport, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezőket. A lakóhelyeket illetően a budapestiek körében a legmagasabb az érdeklődési szint.

Az *e-sport* iránti érdeklődés azok között a legkisebb, akik nem sportoltak soha. A vizsgálat szerint az idősebb generációt kevésbé érdekli ez a sport (135. ábra).

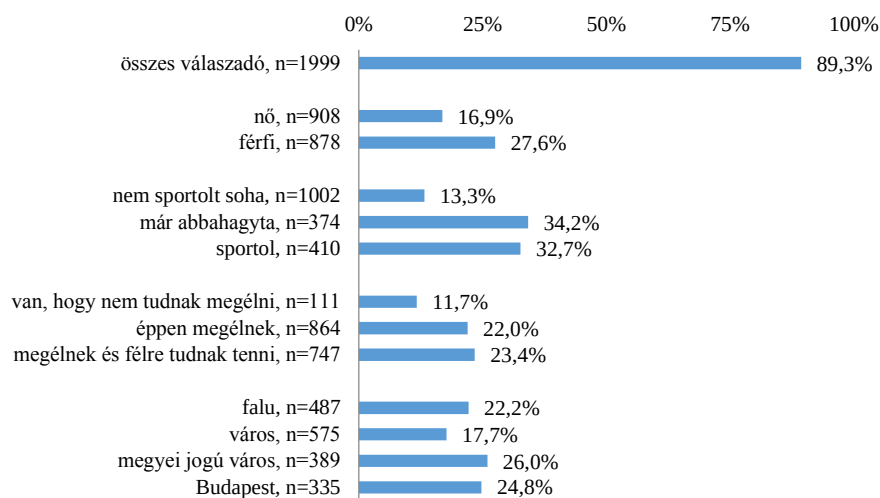
A 136. ábra alapján látható, hogy a *póker* jobban érdekli azokat, akik már abbahagyták a sportot, mint azokat, akik sportolnak, vagy nem sportoltak soha.

132. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: kézilabda – háttérellemzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – kézilabda”



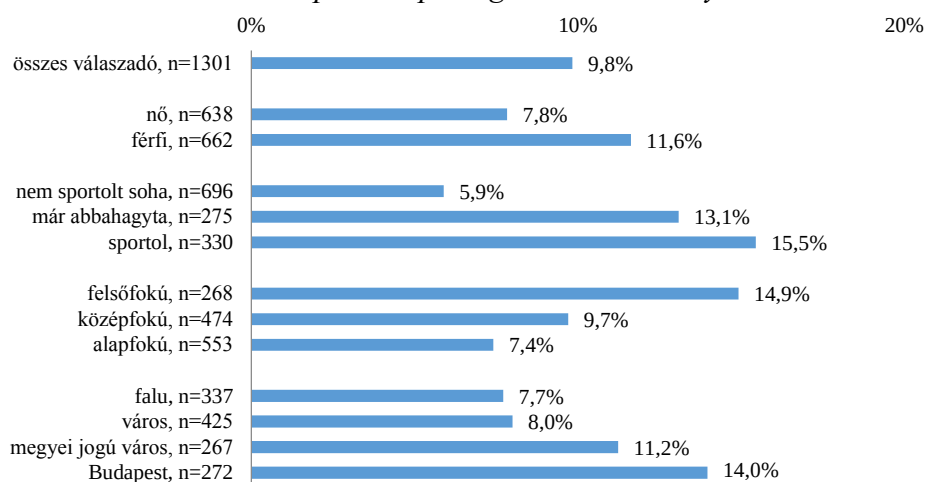
Forrás: saját szerkesztés

133. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: kosárlabda – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – kosárlabda”



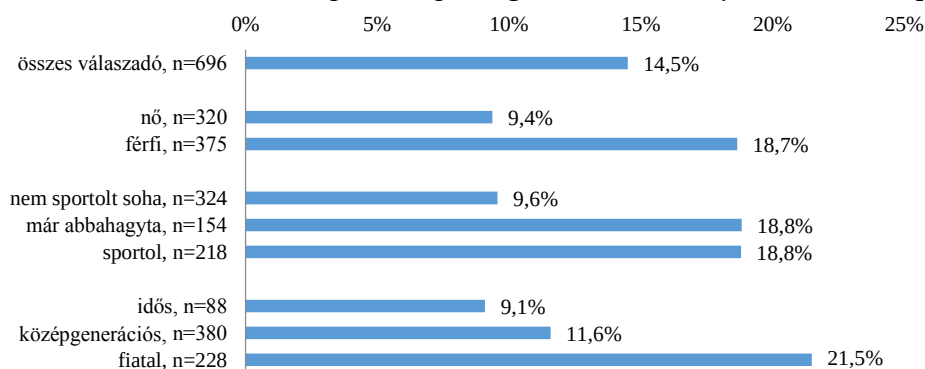
Forrás: saját szerkesztés

134. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vitorlázás – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – vitorlázás”



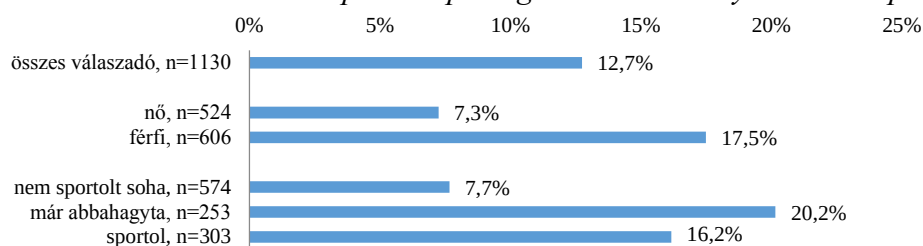
Forrás: saját szerkesztés

135. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: e-sport – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – e-sport”



Forrás: saját szerkesztés

136. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: póker – háttérelmzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – póker”

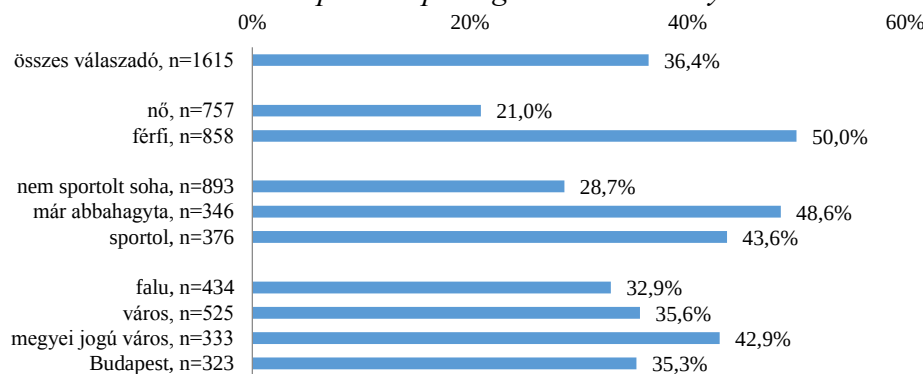


Forrás: saját szerkesztés

A 137. ábra alapján látható, hogy a legnagyobb az *autósport* iránti érdeklődés azok között, akik már abbahagyták a sportot. Településtípus tekintetében a falvakban élőket kevésbé érdekli ez a sport, mint a nagyobb településen élőket.

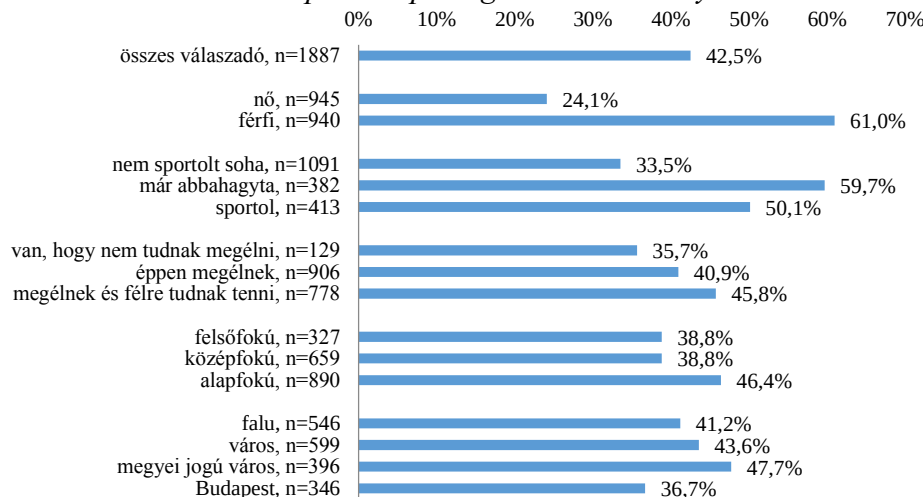
A legalacsonyabb érdeklődést azok mutatják a *labdarúgás* iránt, akik nem sportoltak soha. A megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben levőket jobban érdekli, mint a kevésbé jó helyzetűeket, illetve a vizsgálat szerint az alapfokú végzettséggel rendelkezőket is jobban érdekli a labdarúgás, mint a magasabb végzettséggel rendelkezőket (138. ábra).

137. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: autósport – háttérelmzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – autósport”



Forrás: saját szerkesztés

138. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: labdarúgás – háttérelmzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – labdarúgás”



Forrás: saját szerkesztés

A sakk iránti érdeklődés azok körében a legmagasabb (139. ábra), akik már abbahagyták a sportot, ellentétben azokkal, akik sportolnak vagy nem sportoltak soha. Ugyanakkor a lakóhelyeket illetően ezen sport iránti érdeklődés a falvakban lakók körében a legmagasabb.

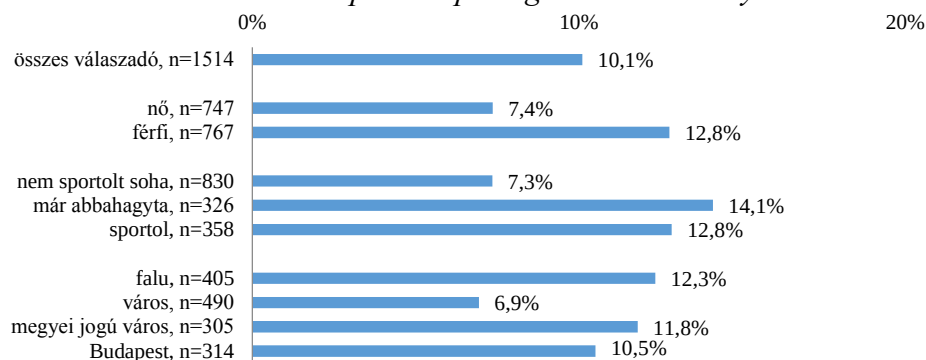
Az úszás iránti érdeklődés azok között a legmagasabb, akik sportolnak. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők alacsonyabb érdeklődést mutatnak, mint a magasabb végzettséggel rendelkezők. A falvakban lakókat érdekli a legkisebb mértékben ez a sportág (140. ábra).

A 141. ábra alapján a vízilabda iránti érdeklődés alacsonyabb a soha nem sportolt válaszadók körében, mint a sportoló vagy sportolt, de már abbahagyta válaszadók között. A korosztályok esetében a legmagasabb érdeklődési szint az idősebb korosztályt jellemzi.

Azon válaszadók körében mutatkozik a legnagyobb érdeklődés az *aerobic/fitness* iránt, akik sportolnak. Továbbá a fiatalokat is jobban érdekli ez a sport, mint a más korosztályba tartozókat. Végzettség tekintetében a legkisebb érdeklődési szint az alapfokú végzettséggel rendelkezőket jellemzi (142. ábra).

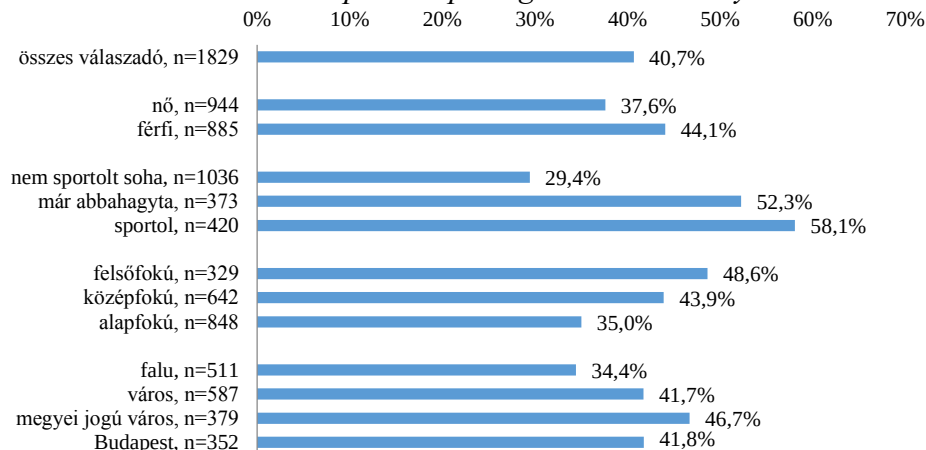
A vizsgálat szerint a *konditermi sportok* iránti érdeklődés leginkább azokat jellemzi, akik sportolnak (143. ábra). A fiatalok nagyobb érdeklődést mutatnak ezen sportok iránt, mint a többi korosztály. A „megélnék és félre tudnak tenni” helyzetben levőket is jobban érdekli, mint a kevésbé jó helyzetben levőket.

139. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: sakk – háttérellemzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – sakk”



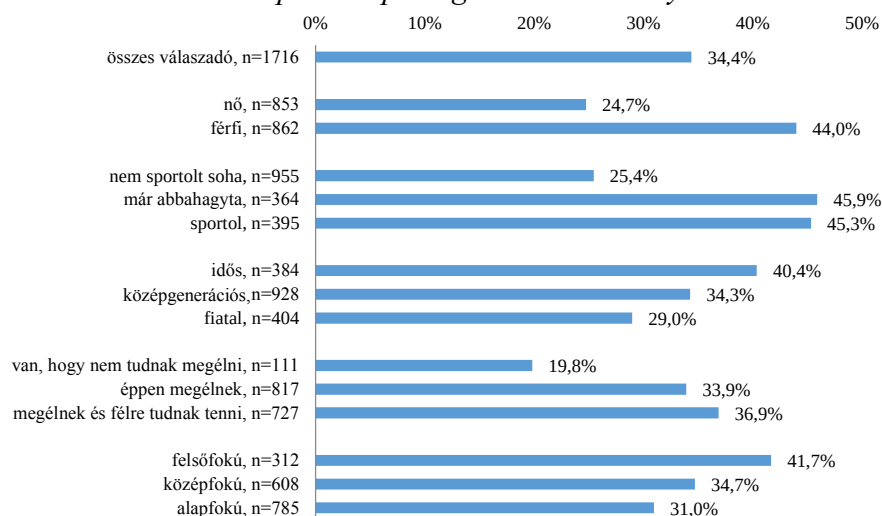
Forrás: saját szerkesztés

140. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: úszás – háttérellemzés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – úszás”



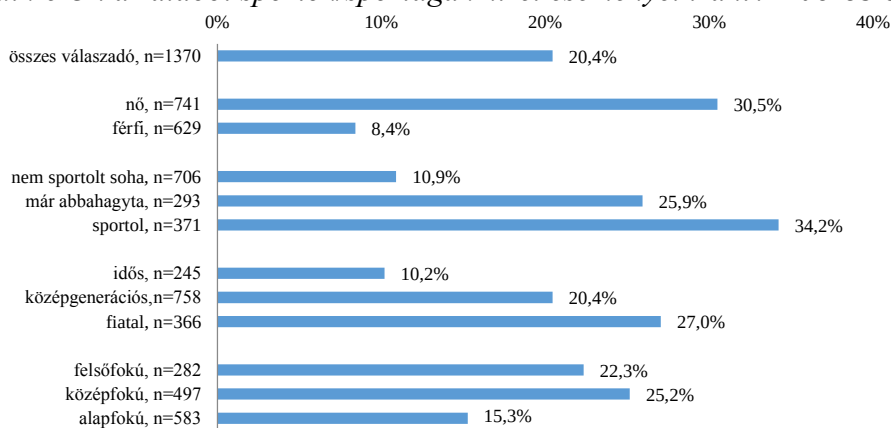
Forrás: saját szerkesztés

141. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vízilabda – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – vízilabda”



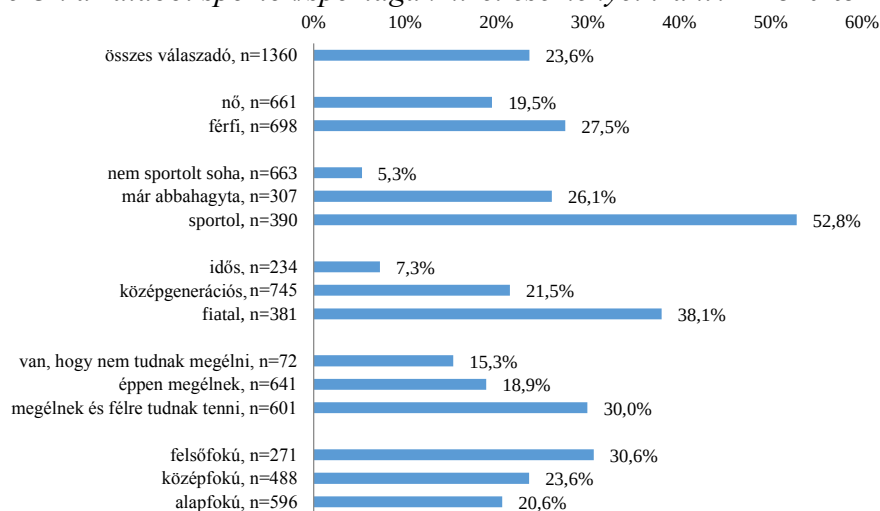
Forrás: saját szerkesztés

142. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: aerobik/fitness – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – aerobik/fitness”



Forrás: saját szerkesztés

143. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: konditermi sportok – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – konditermi sportok”



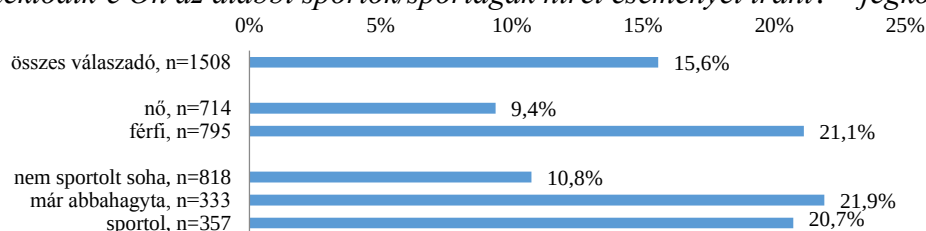
Forrás: saját szerkesztés

A *jégkorong* jobban érdekli azokat a személyeket, akik már abbahagyták a sportot, mint azokat, akik sportolnak vagy nem sportoltak soha (144. ábra).

A *röplabda* iránti érdeklődés azok körében a legalacsonyabb, akik nem sportoltak soha (145. ábra). A felmérés szerint a felsőfokú végzettséggel rendelkezőket jobban érdekli ez a sport, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezőket. A lakóhelyeket illetően a legmagasabb röplabda iránti érdeklődés a Budapesten élőket jellemzi.

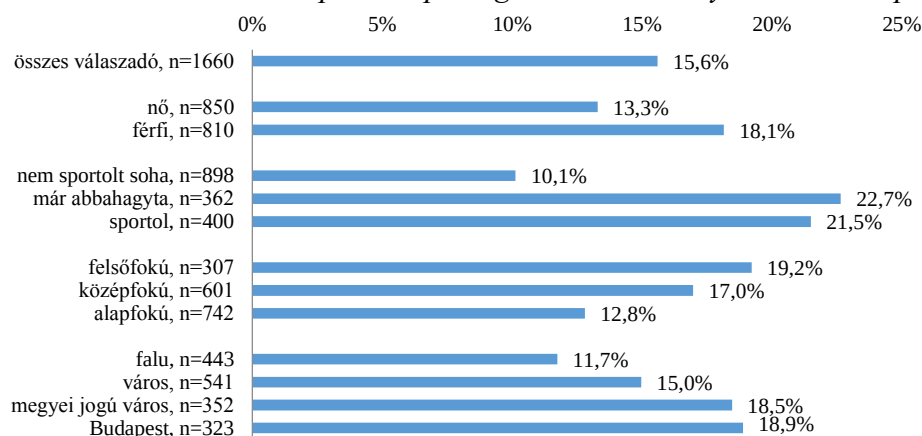
Az *asztalitenisz* azokat a válaszadókat érdekli a legkevésbé, akik nem sportoltak soha, ellenben azokkal, akik sportolnak vagy már abbahagyták azt. A felsőfokú végzettséggel rendelkezőket is jobban érdekli ez a sport, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezőket (146. ábra).

144. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: jégkorong – háttérelvezés
„Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – jégkorong”



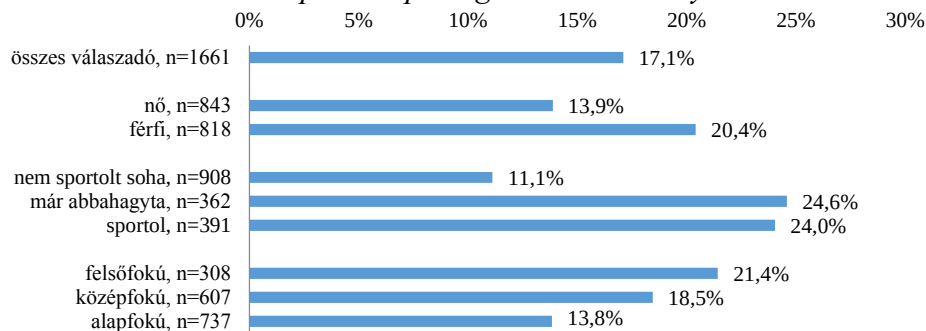
Forrás: saját szerkesztés

145. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: röplabda – háttérelvezés
„Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – röplabda”



Forrás: saját szerkesztés

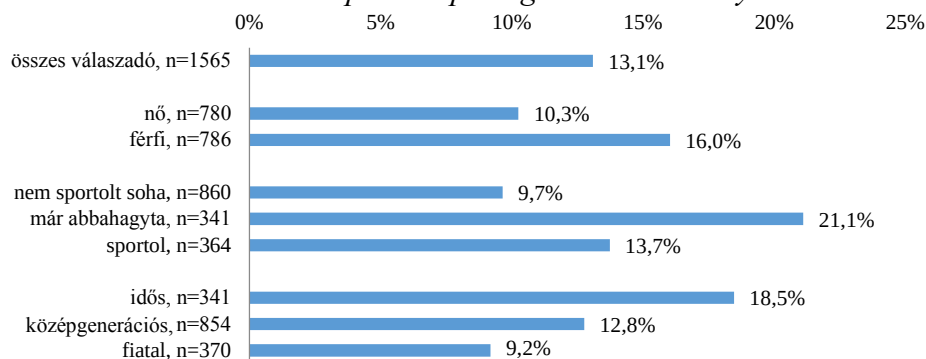
146. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: asztalitenisz – háttérelvezés
„Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – asztalitenisz”



Forrás: saját szerkesztés

A vívás azokat érdekli a leginkább, akik már abbahagyták a sportot (147. ábra). Ugyanakkor látható az, hogy az idős korosztály nagyobb érdeklődést mutat iránta, mint a középgeneráció tagjai vagy a fiatalok.

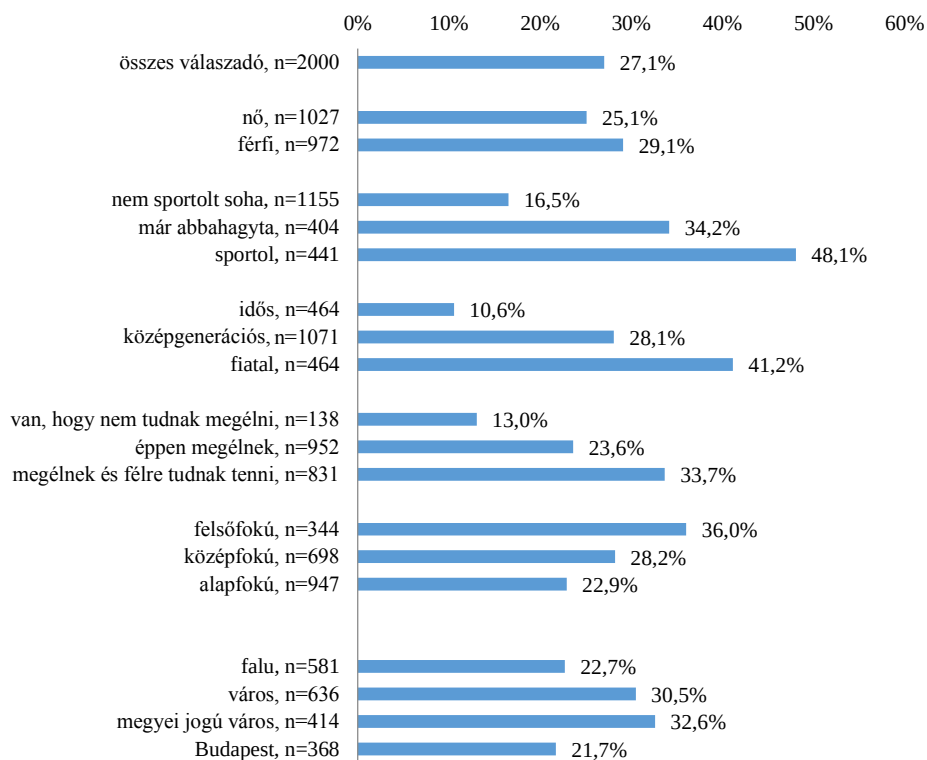
147. ábra: Sportágak iránti érdeklődés: vívás – háttérelvezés
 „Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei eseményei iránt? – vívás”



Forrás: saját szerkesztés

Vizsgálatunk szerint a legnagyobb mértékben azok a megkérdezettek használják sporthírekkel kapcsolatos információszerzésre a *közösségi médiát*, akik sportolnak. Korosztályok tekintetében ez inkább a fiatalokat jellemzi, mint a náluk idősebbeket. Látható továbbá az is, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében gyakoribb ezen felületek használata sporthírszerzési célból, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők körében (148. ábra).

148. ábra: Tájékozódás sporthírekről: közösségi média – háttérelvezés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – közösségi média oldalakról (pl. Facebook)”



Forrás: saját szerkesztés

A fiatalok nagyobb mértékben használnak *weboldalak*at sporthírek szerzése céljából, mind az idősebbek. A végzettségek esetében a felsőfokúakra, az anyagi helyzet szempontjából a legkedvezőbb helyzetben levőkre jellemző legnagyobb mértékben ez (149. ábra).

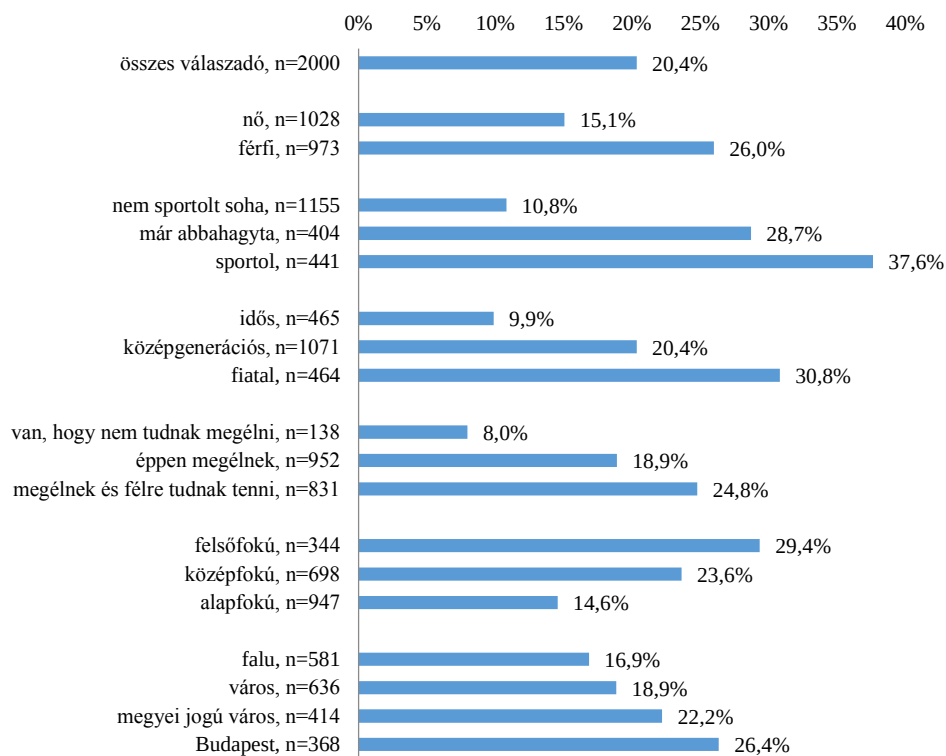
Az idősebb generáció jellemezhető leginkább azzal, hogy a sporttal kapcsolatos híreket a *televízió* segítségével szerzi meg. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők is gyakrabban használják a televíziót sporttal kapcsolatos hírek megszerzésére, mint a magasabb végzettséggel rendelkezők. A lakóhelyek esetében ez a tevékenység a budapestiek körében a legritkább (150. ábra).

A legkisebb mértékben a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetűek szereznek sporttal kapcsolatos információkat a *családtól, rokonoktól* (151. ábra). Ez jobban jellemző a felsőfokú végzettséggel rendelkezőkre is, mint az alacsonyabb végzettségűekre.

Ismerősöktől, barátoktól történő sporthírszerzés leginkább azokat jellemzi, akik sportolnak, azokkal szemben, akik már nem sportolnak, vagy soha nem is sportoltak. Ezen tevékenység az idősebb korosztályt kevésbé jellemzi, mint a fiatalabbakat. A felsőfokú végzettséggel rendelkezőkre jobban jellemző, hogy a sporthíreket ismerősöktől, barátoktól szerzik, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezőkre (152. ábra).

Azok a válaszadók szerzik a sporthíreket leginkább *edzőtől/sportszakembertől* (153. ábra), akik sportolnak. Ez a fiatalokat is jobban jellemzi, mint az idősebb korosztályokat, és szintén jobban jellemzi a kedvezőbb anyagi helyzetűeket, mint a kevésbé kedvező helyzetben levőket.

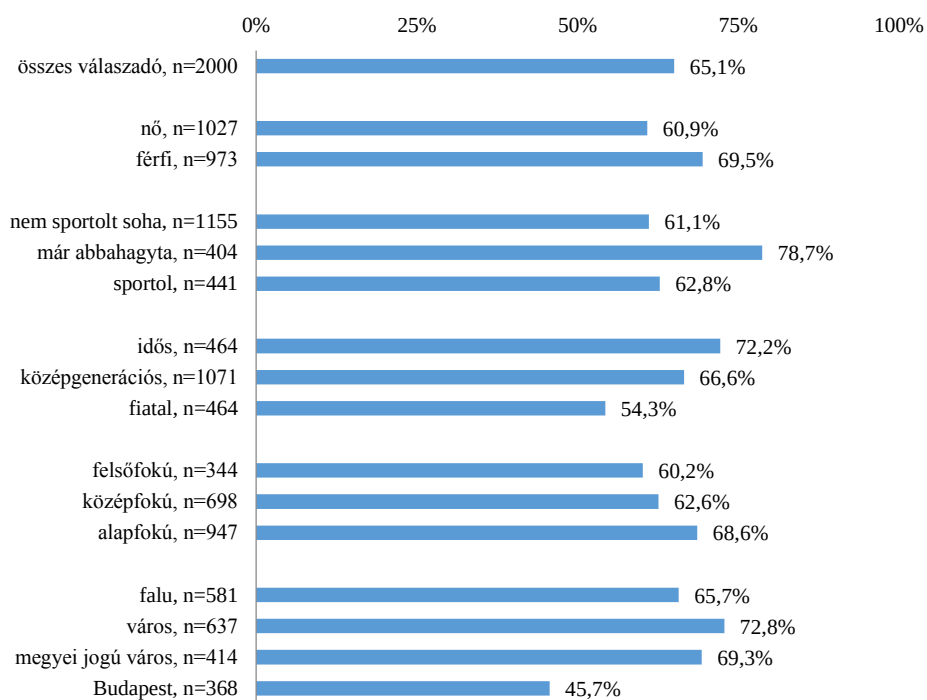
149. ábra: Tájékozódás sporthírekről: weboldalak – háttérelmezés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – weboldalakról”



Forrás: saját szerkesztés

150. ábra: Tájékozódás sporthírekről: TV – háttérelmzés

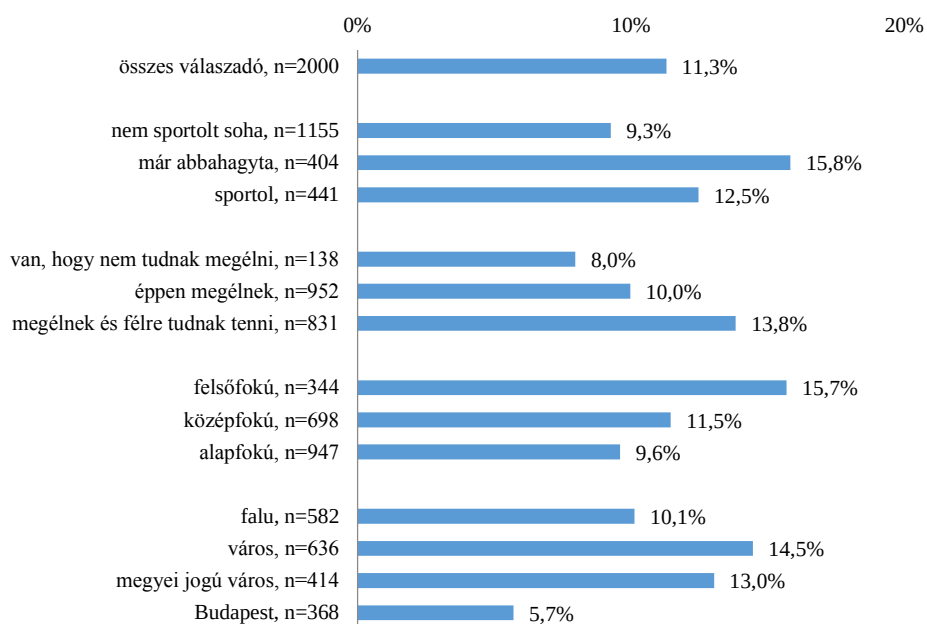
„Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – televízióból”



Forrás: saját szerkesztés

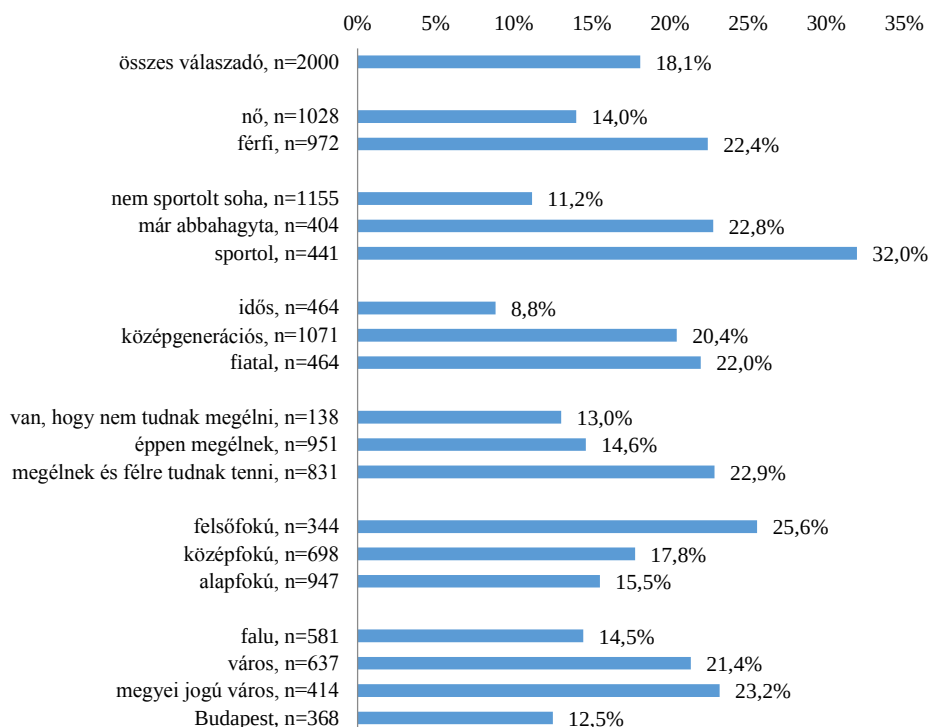
151. ábra: Tájékozódás sporthírekről: család, rokonok – háttérelmzés

„Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – családtól, rokonoktól”



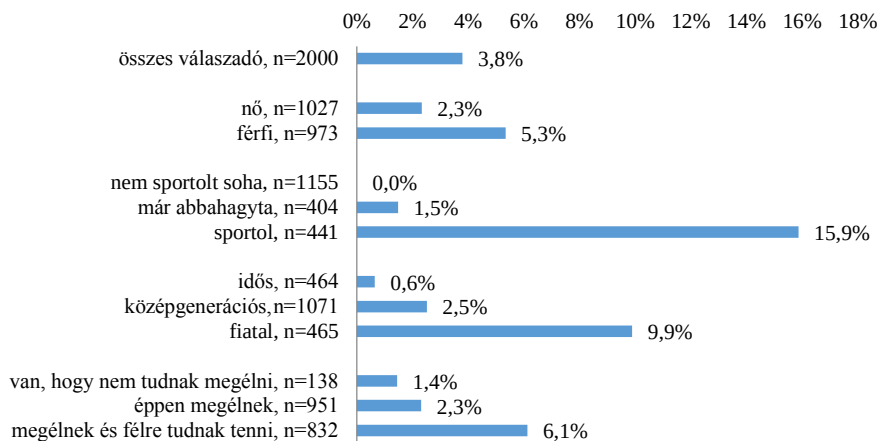
Forrás: saját szerkesztés

152. ábra: Tájékozódás sporthírekről: ismerősök, barátok – háttérelmzés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – ismerősektől, barátoktól”



Forrás: saját szerkesztés

153. ábra: Tájékozódás sporthírekről: edző/sportszakember – háttérelmzés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – edzőitől/sportszakembertől”

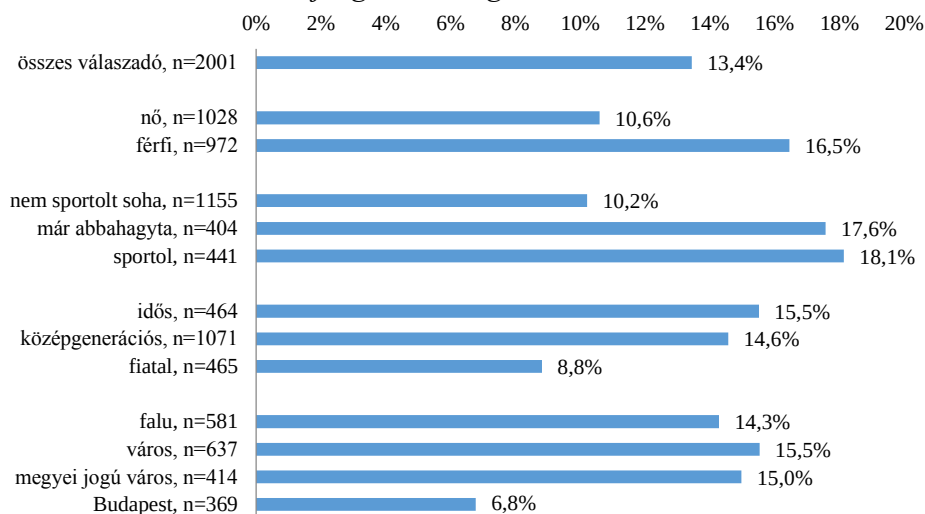


Forrás: saját szerkesztés

Azokra, akik nem sportoltak soha, kevésbé jellemző, hogy a sporttal kapcsolatos híreket *újságokból/magazinokból* szerzik. A vizsgálatunk szerint az idős generációra jobban jellemző ez, mint a fiatalokra. A lakóhelyeket illetően pedig a budapestiek azok, akikre a legkevésbé jellemző (154. ábra).

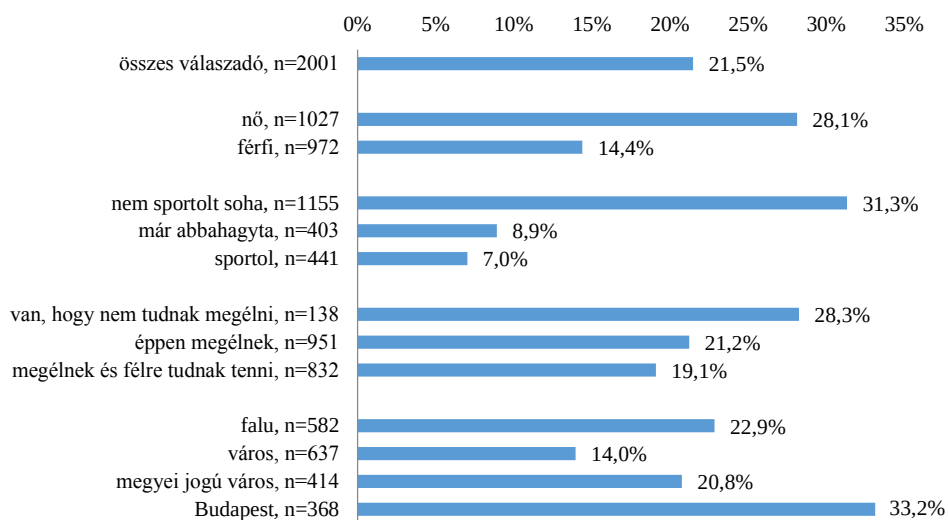
Azok körében jellemző, hogy nem szereznek be sporthíreket *semmilyen forrásból*, akik nem sportoltak soha. Ez jellemzőbb a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben lévőkre, mint az ennél kedvezőbb helyzetben lévőkre (155. ábra).

154. ábra: Tájékozódás sporthírekről: újságok/magazinok – háttérelmzés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – újságokból/magazinokból”



Forrás: saját szerkesztés

155. ábra: Tájékozódás sporthírekről: sehonnan – háttérelmzés
 „Milyen forrásokból szokott tájékozódni általában sporthírekről, sport újdonságokról? – sehonnan”

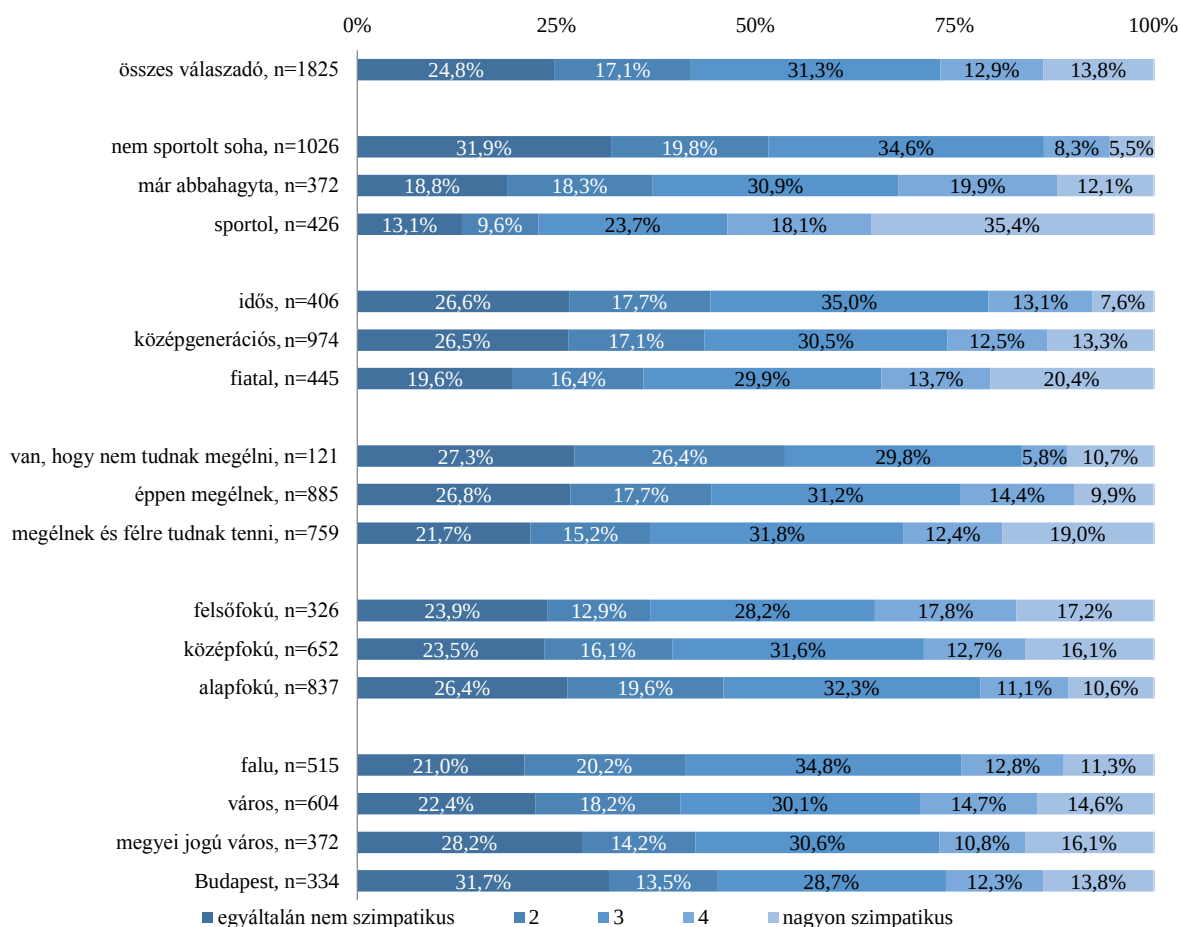


Forrás: saját szerkesztés

A 156. ábra alapján látható, hogy a sportolók körében szimpatikusabb a *futás*, mint a nem sportolók körében. A korosztályok esetében a fiatalok szimpatizálnak leginkább ezzel a sportággal. A futással kapcsolatos szimpátia jobban jellemző a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levőkre, mint a kevésbé jó helyzetűekre.

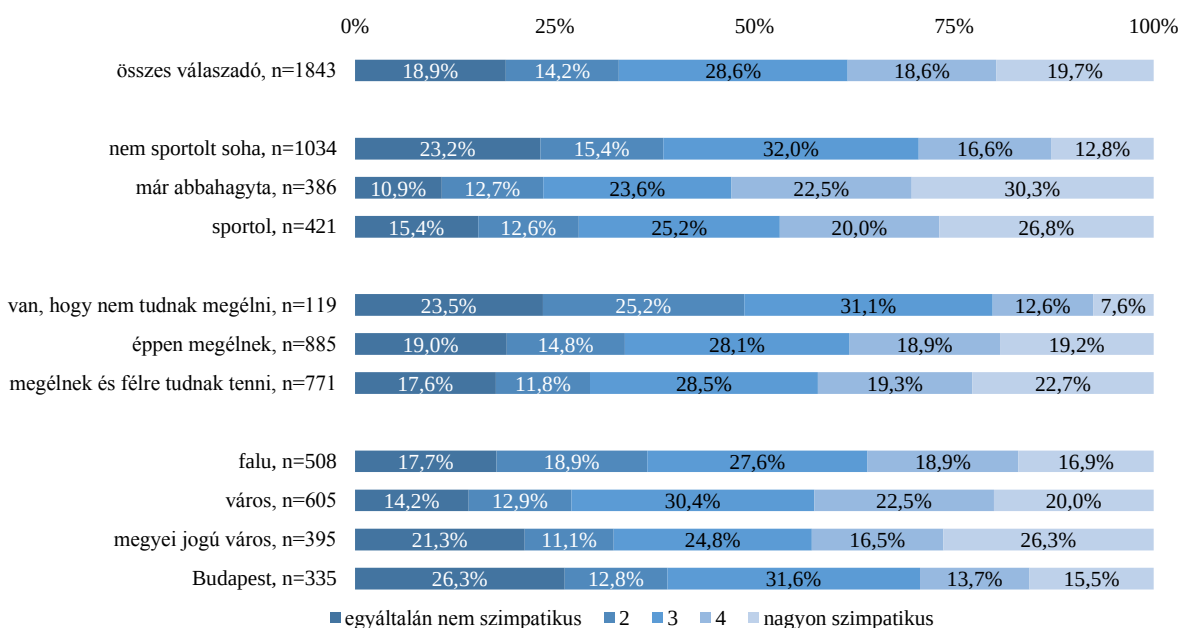
A *kézilabda* iránti szimpátia leginkább azokra jellemző (157. ábra), akik sportoltak, de már abbahagyták azt. A kedvezőbb anyagi helyzetben lévők számára szimpatikusabb a kézilabda, mint a kedvezőtlenebb helyzetben lévők. A legkisebb mértékű szimpátia a budapestiek körében figyelhető meg.

156. ábra: Sportágak iránti szimpátia: futás – háttérelvezés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – futás”



Forrás: saját szerkesztés

157. ábra: Sportágak iránti szimpátia: kézilabda – háttérelvezés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – kézilabda”

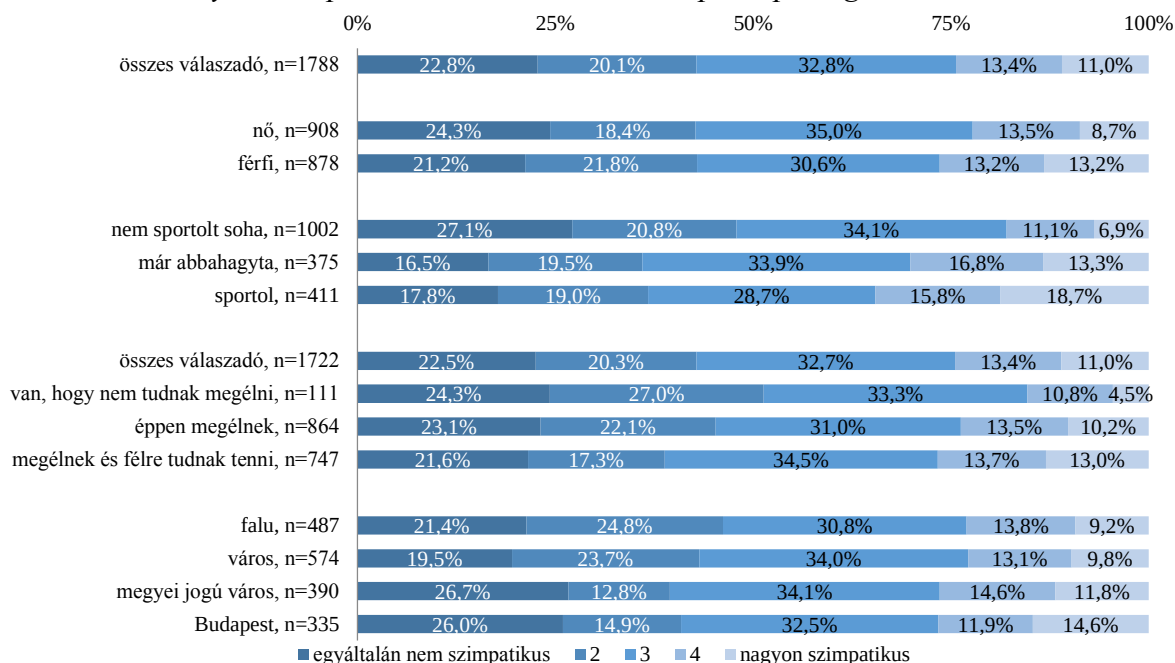


Forrás: saját szerkesztés

A felmérés szerint a *kosárlabda* iránti szimpátia a sportolók körében a legmagasabb. Az anyagi helyzetet figyelembe véve alapján látható, hogy a legkisebb mértékű szimpátia a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben lévők jellemzi. A lakóhelyeket illetően a budapestiek körében a legkedveltebb ez a sportág (158. ábra).

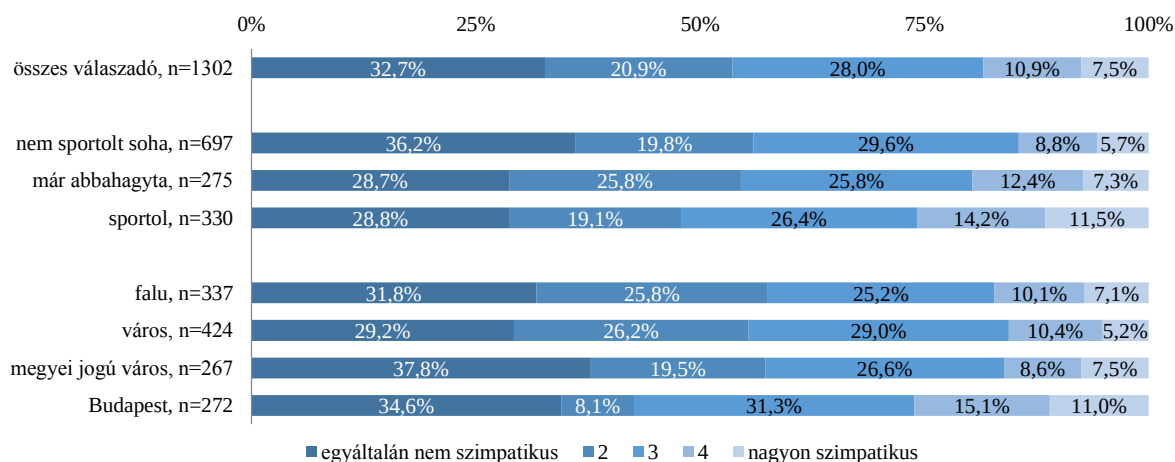
A *vitórlázással* kapcsolatos szimpátia azok között a legnagyobb, akik sportolnak, ellentétben azokkal, akik már nem sportolnak, vagy soha nem sportoltak. Lakóhely tekintetében a vitórlázás iránti magas szimpátia leginkább a budapestieket jellemzi (159. ábra).

158. ábra: Sportágak iránti szimpátia: kosárlabda – háttérelmzés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – kosárlabda”



Forrás: saját szerkesztés

159. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vitórlázás – háttérelmzés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – vitórlázás”



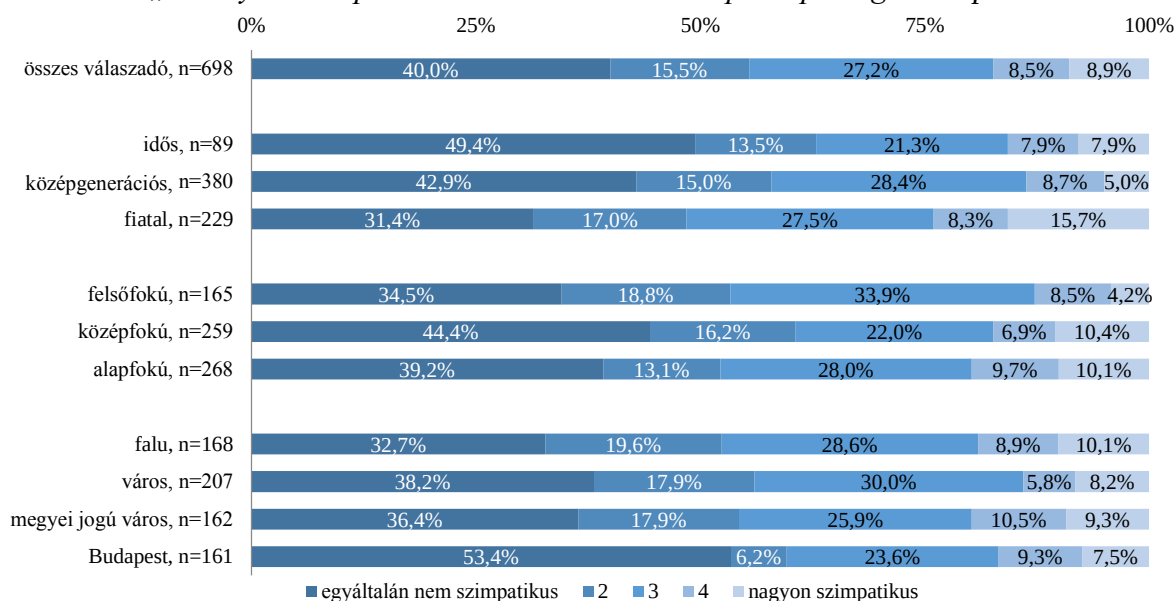
Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálatunk szerint az *e-sport*ot az idősebb generációk kevésbé kedvelik, mint a fiatalok, továbbá a budapestiek tartják legkevésbé szimpatikusnak ezt a sportágat (160. ábra).

A legnagyobb mértékben a sportolók azok, akik egyáltalán nem találják szimpatikusnak a pókert. A lakóhelyeket illetően ez a negatív vélekedés a legnagyobb mértékben a megyei jogú városban élőket jellemzi (161. ábra).

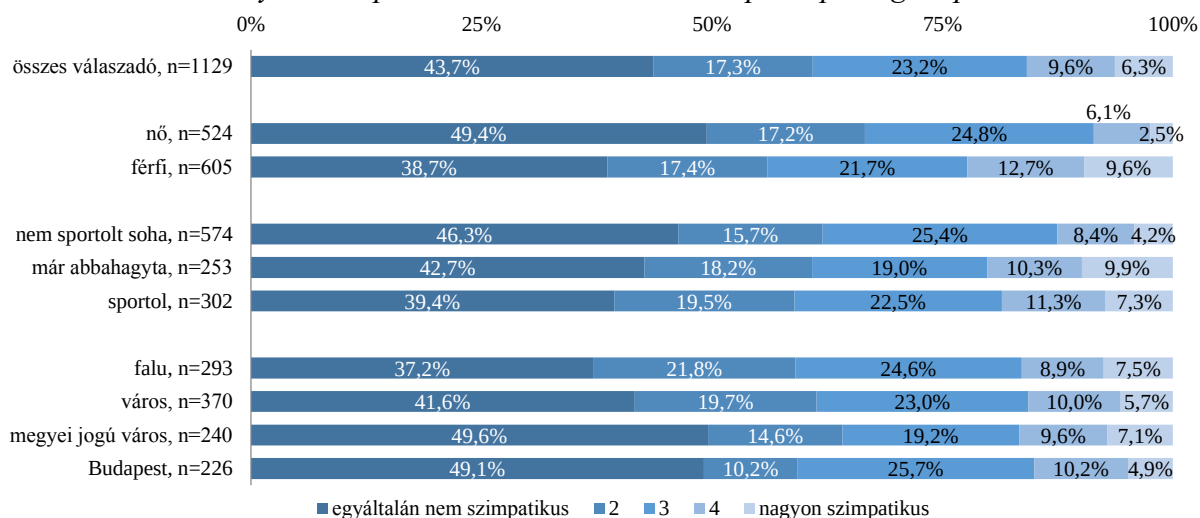
Az *autósport* azok körében a legszimpatikusabb (162. ábra), akik már abbahagyták a sportot, azokhoz képest, akik vagy sportolnak, vagy soha nem sportoltak. Az autósport iránti erős szimpátia a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levőket jellemzi. A lakóhelyeket illetően a megyei jogú városokban élők találták a legnagyobb mértékben szimpatikusnak ezt a sportot.

160. ábra: Sportágak iránti szimpátia: e-sport – háttérelvezés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – e-sport”



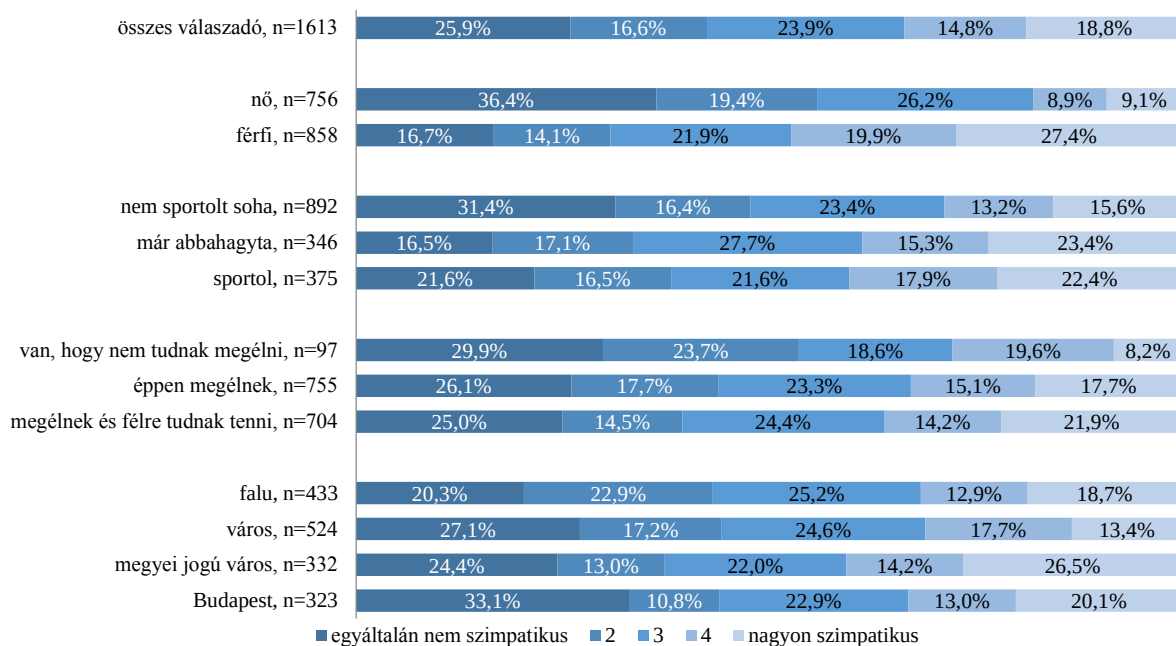
Forrás: saját szerkesztés

161. ábra: Sportágak iránti szimpátia: póker – háttérelvezés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – póker”



Forrás: saját szerkesztés

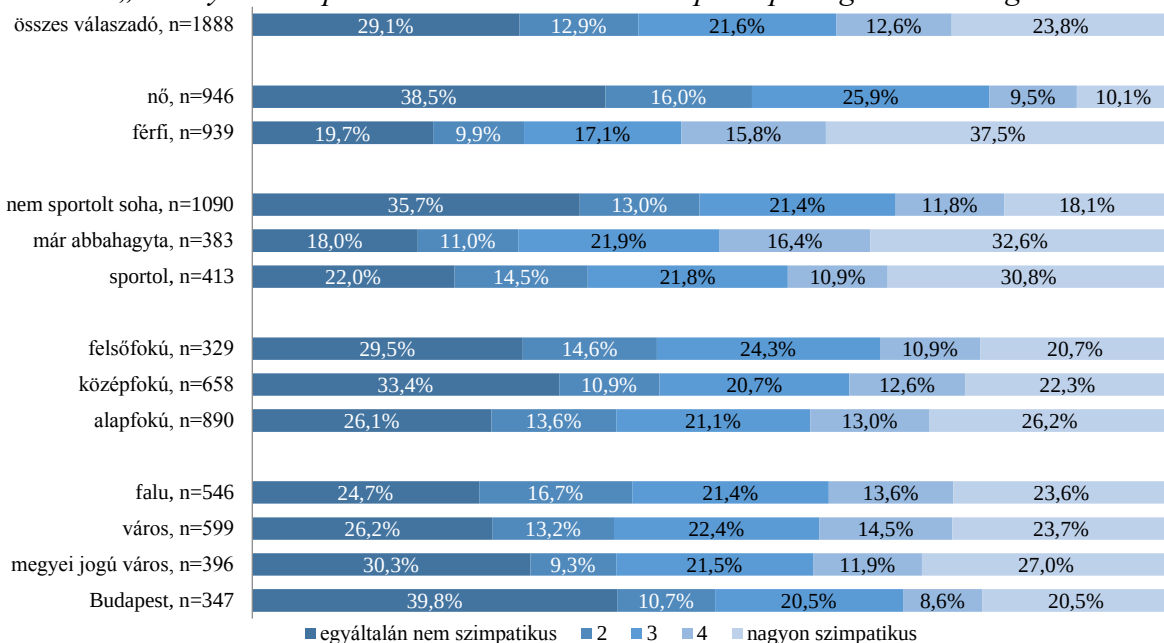
162. ábra: Sportágak iránti szimpátia: autósport – háttérelvezés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – autósport”



Forrás: saját szerkesztés

Akik nem sportoltak soha, tartják legkevésbé szimpatikusnak a *labdarúgást* (163. ábra), azokhoz képest, akik sportolnak vagy sportoltak, de már abbahagyták azt. Legnagyobb mértékben az alapfokú végzettséggel rendelkezők tartják szimpatikusnak, míg a lakóhelyeket illetően a megyei jogú városban élők számára a leginkább szimpatikus ez a sport.

163. ábra: Sportágak iránti szimpátia: labdarúgás – háttérelvezés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – labdarúgás”

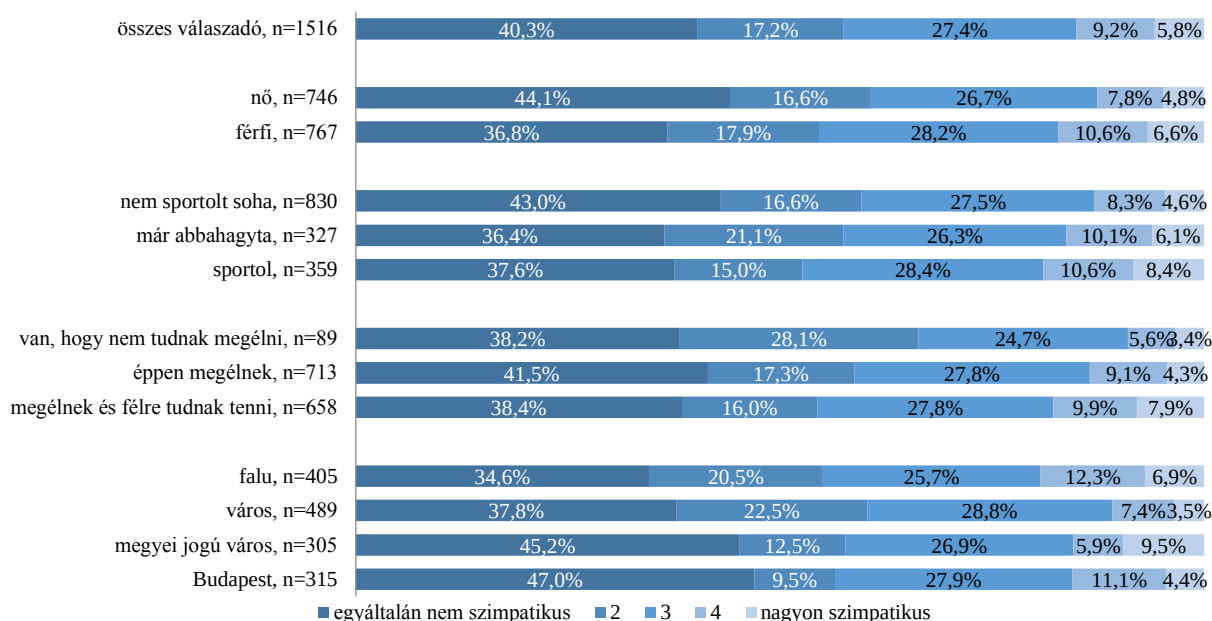


Forrás: saját szerkesztés

Azok körében a legkevésbé szimpatikus a *sakk*, akik nem sportoltak soha. Az anyagi helyzetet tekintve az „éppen megélnék” helyzetben levők azok, akik számára legkevésbé szimpatikus ez a sport (164. ábra).

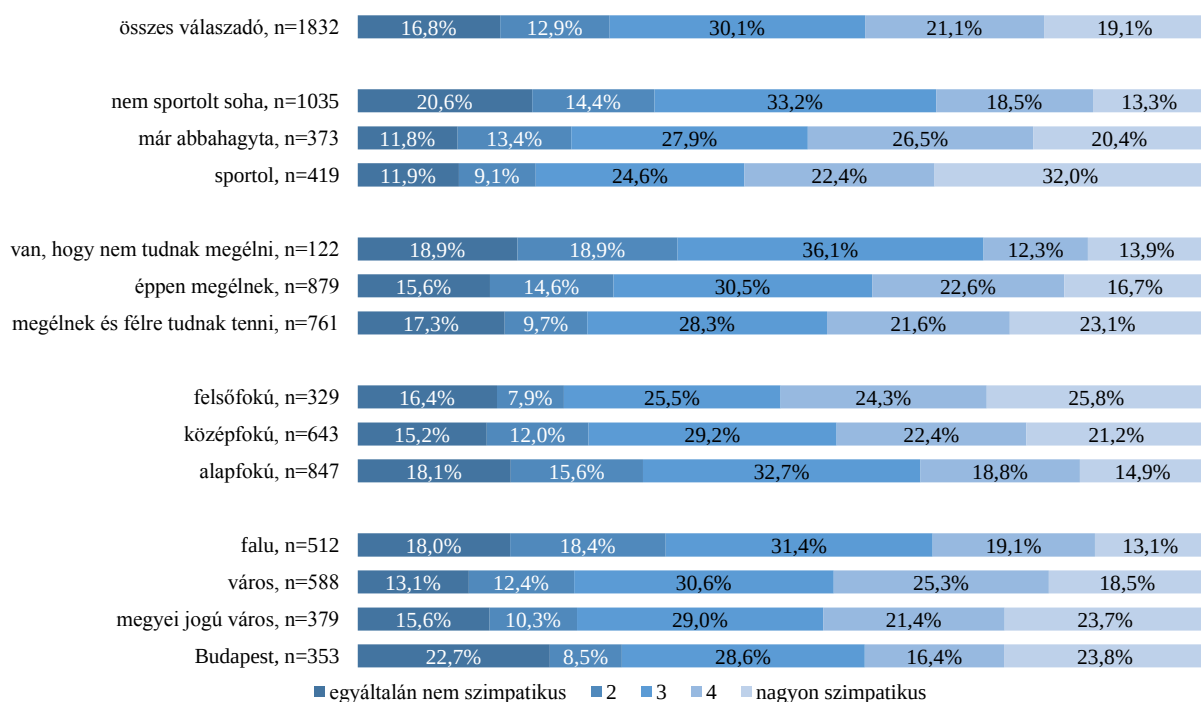
Az *úszás* iránti szimpátia leginkább a sportolókat jellemzi. Végzettség tekintetében ez a felsőfokú végzettségűekre jellemző leginkább (165. ábra).

164. ábra: Sportágak iránti szimpátia: sakk – háttérelvezés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – sakk”



Forrás: saját szerkesztés

165. ábra: Sportágak iránti szimpátia: úszás – háttérelvezés
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – úszás”



Forrás: saját szerkesztés

Azok körében a legkevésbé szimpatikus a *vízilabda*, akik nem sportoltak soha. Az anyagi helyzetet tekintve a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben levők leginkább azok, akik nagyon unszimpatikusnak tartják ezt a sportot. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők azok, akik ezzel a legnagyobb mértékben szimpatizálnak (166. ábra)

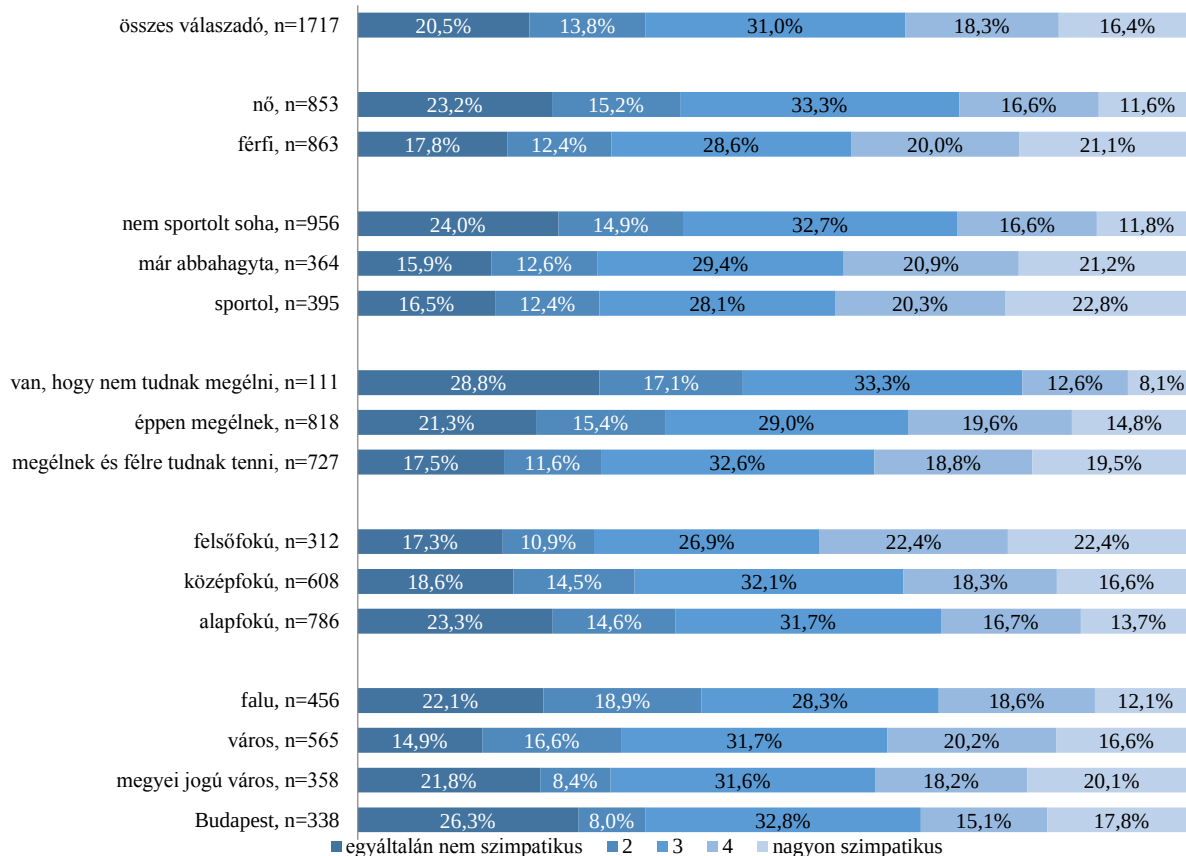
Az idősebb korosztály kevésbé tartja szimpatikusnak az *aerobicot/fitneszt*, mint a fiatalabb generációk. A különböző végzettségi szintet tekintve, a legnagyobb mértékben a felsőfokú végzettséggel rendelkezők találták szimpatikusnak ezt a sportot (167. ábra).

A sportolók számára sokkal szimpatikusabbak a *konditermi sportok*, mint azoknak, akik soha nem sportoltak, vagy már abbahagyták azt. A korosztályok esetében alapján látható, hogy a fiatal generáció jobban szimpatizál velük, mint az idősebb generáció. Anyagi helyzet tekintetében azok körében a legkevésbé szimpatikusak a konditermi sportok, akiknél előfordul, hogy nem tudnak megélni. A lakóhelyeket illetően a Budapesten élők azok, akik a legnagyobb mértékben találják szimpatikusnak a konditermi sportokat (168. ábra).

A sportolók körében szimpatikusabb a *jégkorong*, mint a nem sportolók körében (169. ábra). Továbbá látható, hogy a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben levők számára kevésbé szimpatikus ez a sport, mint a kedvezőbb anyagi helyzetben levőknek. A budapestiek jobban szimpatizálnak vele, mint a kisebb településen élők.

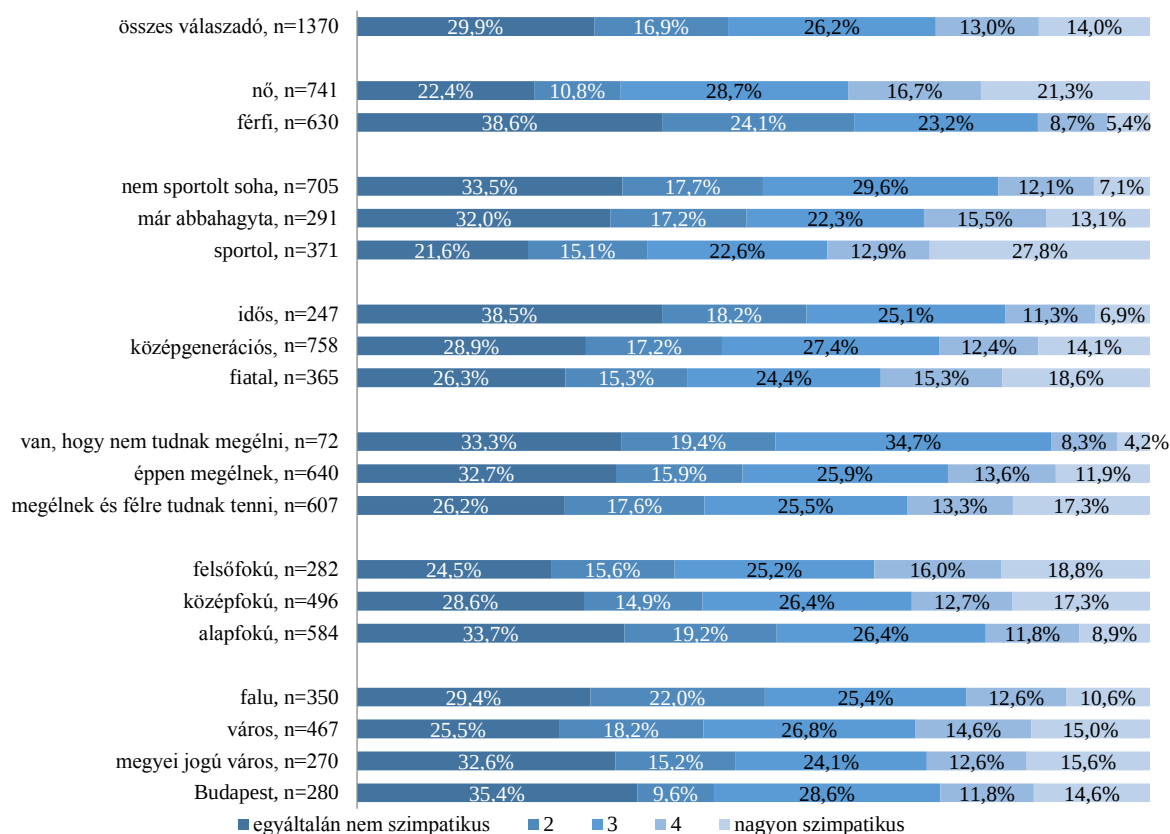
A *röplabda* sport sokkal szimpatikusabb azoknak a válaszadóknak, akik sportolnak, mint akik nem sportoltak soha, vagy már abbahagyták azt. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetűek jobban szimpatizálnak, mint a kedvezőtlenebb helyzetben lévőek (170. ábra).

166. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vízilabda – háttérelvezés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – vízilabda”



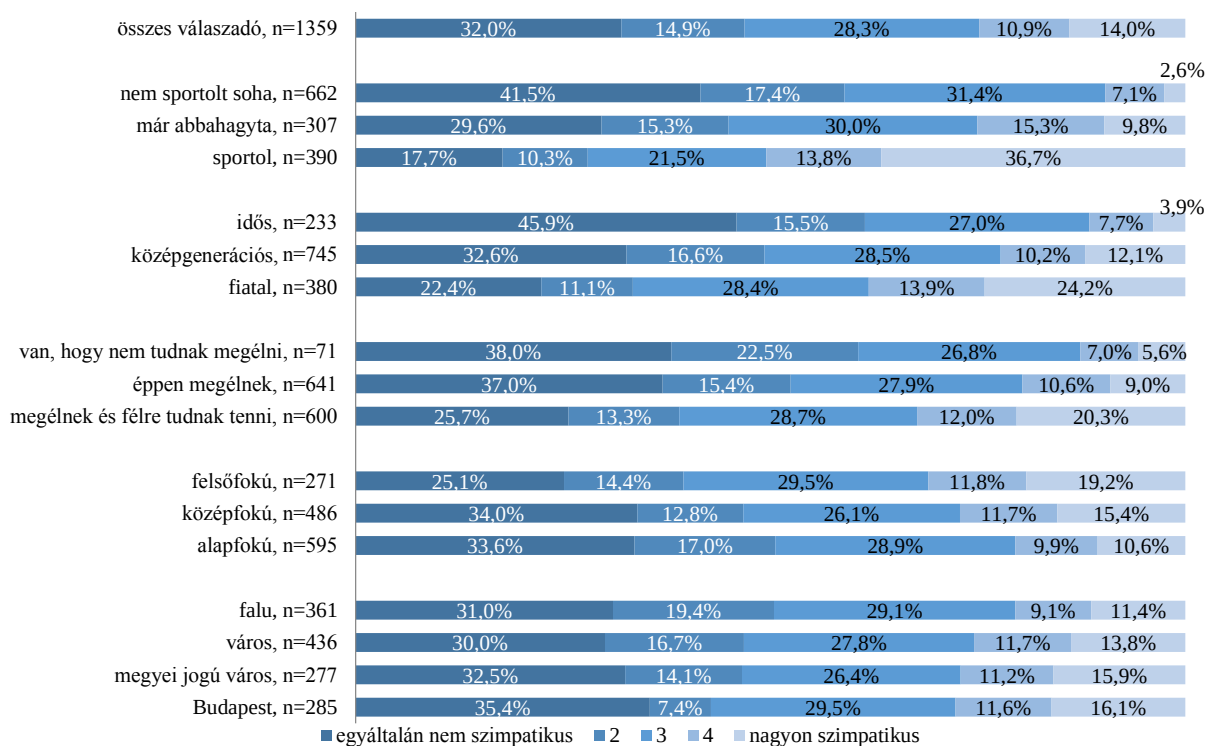
Forrás: saját szerkesztés

167. ábra: Sportágak iránti szimpátia: *aerobic/fitness* – háttérelmzés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – *aerobic/fitness*”



Forrás: saját szerkesztés

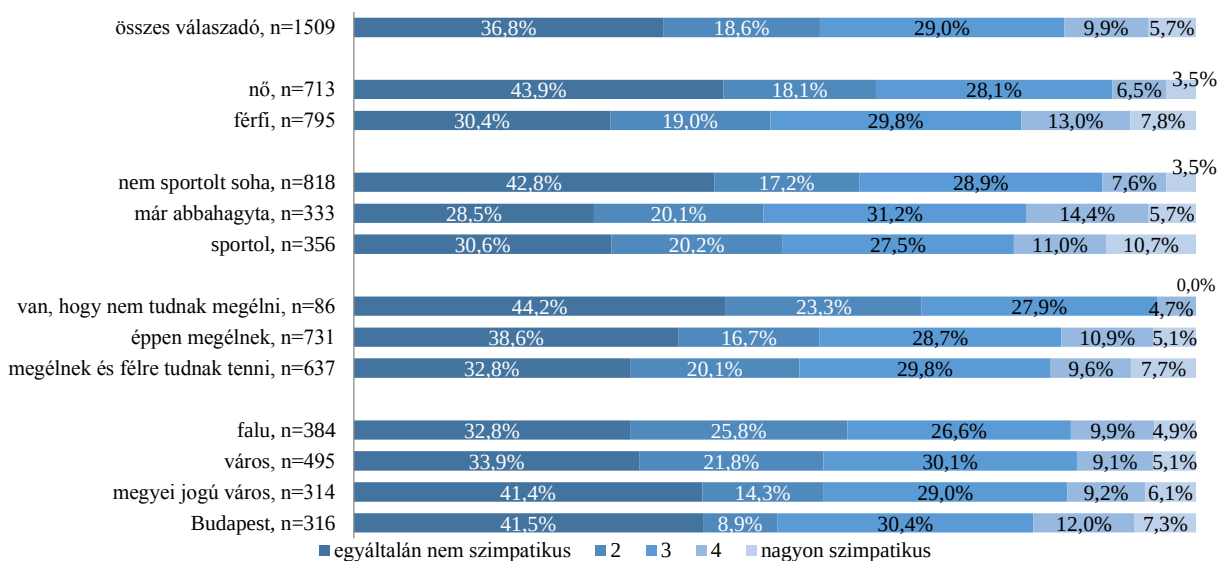
168. ábra: Sportágak iránti szimpátia: konditermi sportok – háttérelmzés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – konditermi sportok”



Forrás: saját szerkesztés

169. ábra: Sportágak iránti szimpátia: jégkorong – háttérelmzés

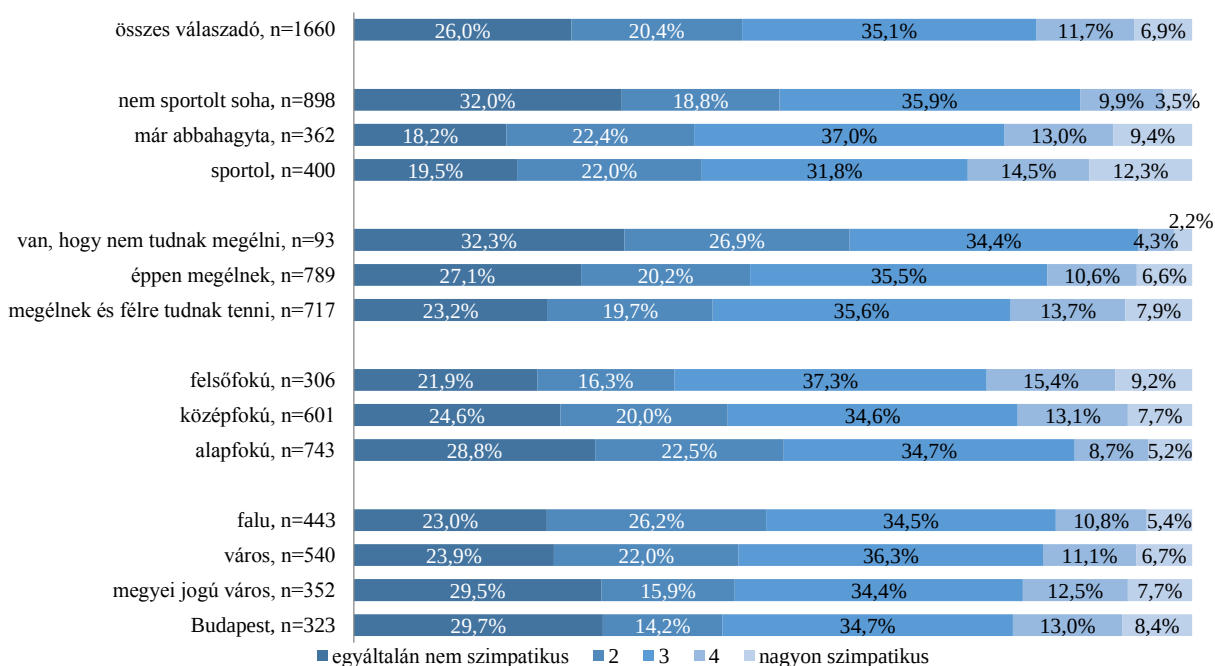
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – jégkorong”



Forrás: saját szerkesztés

170. ábra: Sportágak iránti szimpátia: röplabda – háttérelmzés

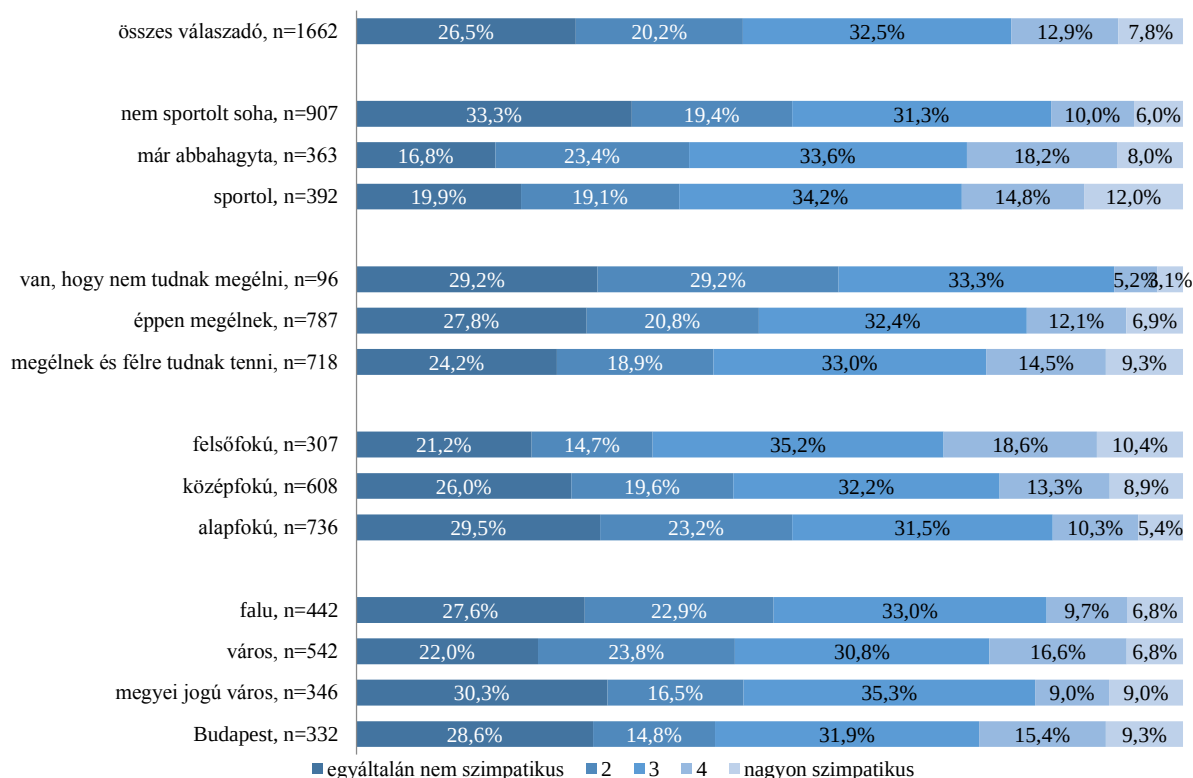
„Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – röplabda”



Forrás: saját szerkesztés

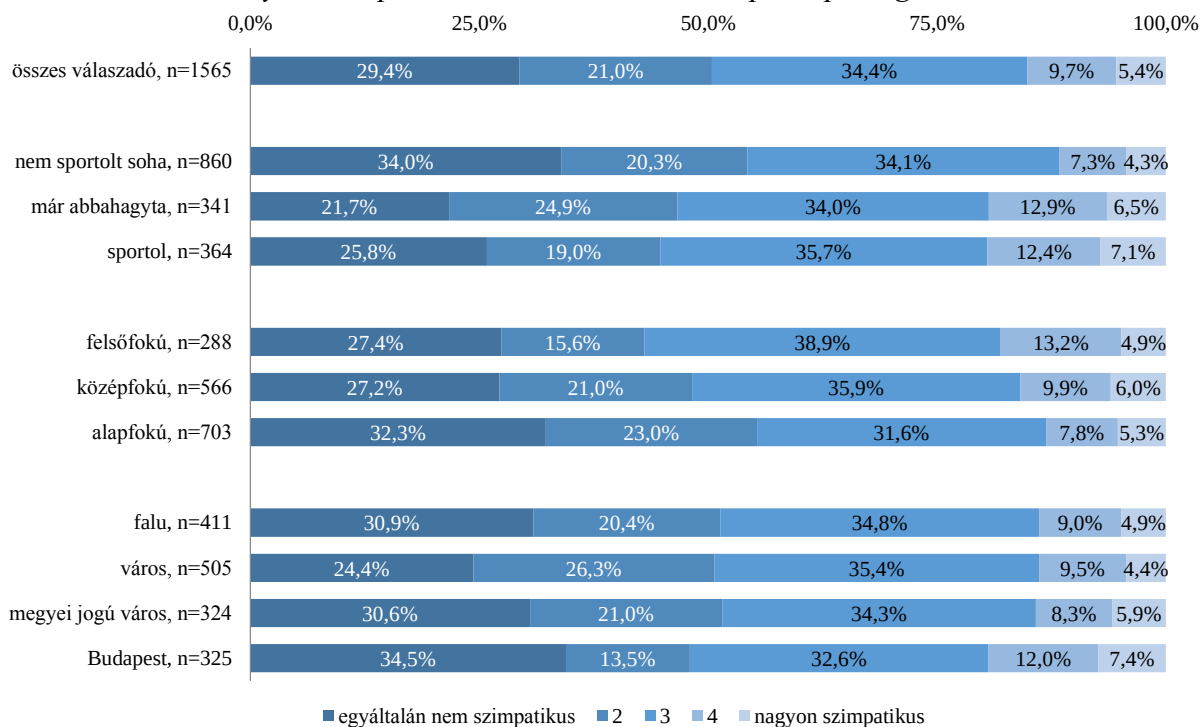
A 171. ábra alapján látható, hogy az *asztalitenisz* sokkal kevésbé szimpatikus azok körében, akik soha nem sportoltak semmit, mint a sportolók esetében. Anyagi helyzet tekintetében a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben lévők számára a legszimpatikusabb ez a sportág. A lakóhelyeket illetően a Budapesten lakók azok, akik számára leginkább szimpatikus. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők körében alacsonyabb a szimpátia a *vívás* iránt, mint a magasabb végzettségűek esetén. Leginkább a Budapesten élők számára szimpatikus ez a sportág (172. ábra).

171. ábra: Sportágak iránti szimpátia: asztalitenisz – háttérelmzés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – asztalitenisz”



Forrás: saját szerkesztés

172. ábra: Sportágak iránti szimpátia: vívás – háttérelmzés
 „Mennyire szimpatikus az Ön számára ez a sport/sportág? – vívás”



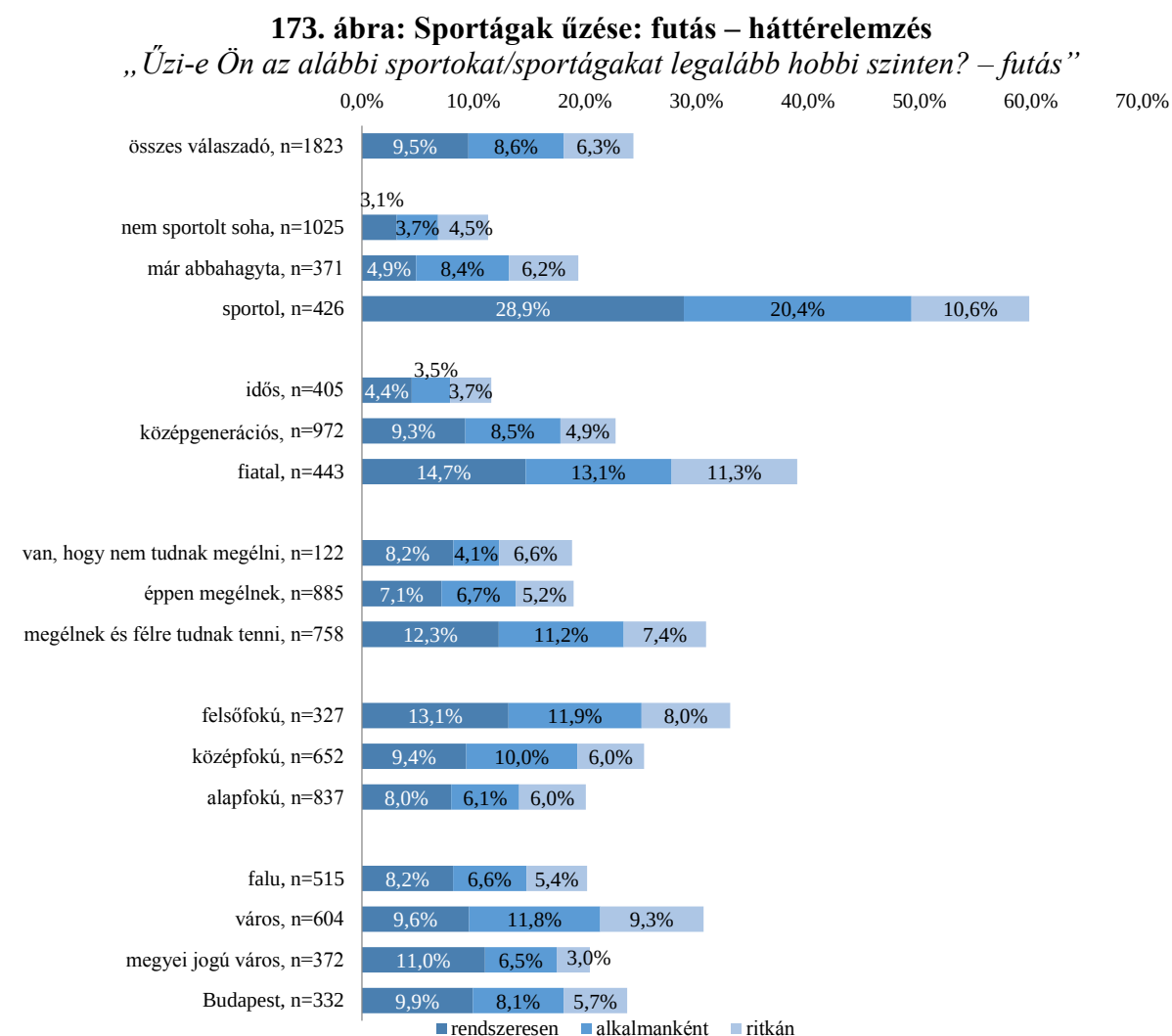
Forrás: saját szerkesztés

A korosztályok tekintetében a fiatalok azok, akik *rendszeresebben futnak*, mint az idősebb generációk (173. ábra). A végzettségek tekintetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők gyakrabban futnak, mint az alacsonyabb végzettségűek. Továbbá az isalapján látható, hogy a megyei jogú városokban élő válaszadók szoktak a leggyakrabban futni.

A fiatalok rendszeresebben *kézilabdáznak* (174. ábra), mint az idősebb generációk. Anyagi helyzet tekintetében a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben lévők szokták üzni leginkább.

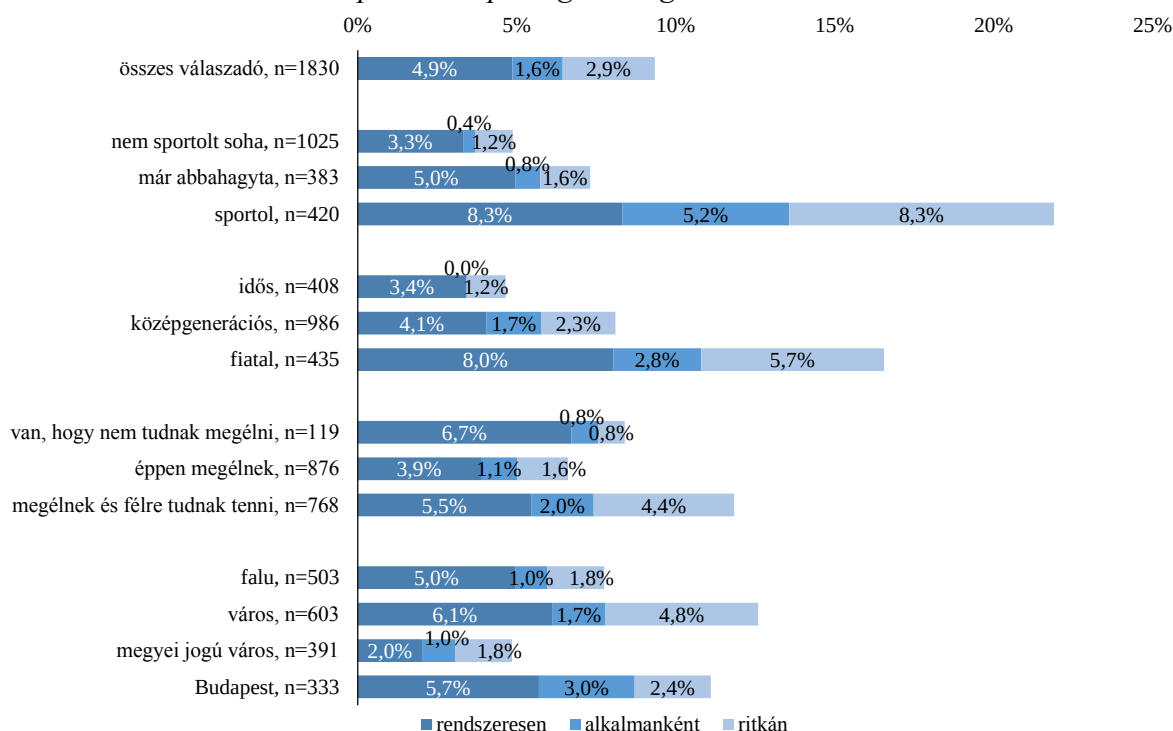
A *kosárlabda* esetén a korosztályok tekintetében alapján látható, hogy a fiatalok rendszeresebben kosárlabdáznak, mint a középgeneráció tagjai és az idősek. A legrendszeresebben a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben levők üzik ezt a sportot. A városokban élők rendszeresebben kosárlabdáznak, mind a falvakban élők (175. ábra). A *vitórlázást* a megélnék és félre tudnak tenni anyagi helyzetben levők rendszeresebben üzik, mint a kedvezőtlenebb helyzetűek (176. ábra). A felsőfokú végzettséggel rendelkezők azok, akik rendszeresebben vitórláznak.

A 177. ábra alapján látható, hogy az *e-sportokat* rendszeresebben üzik a fiatalok, mint a középgenerációsok vagy az idősek. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők rendszeresebben üzik ezt a sportot, mint a kevésbé jó anyagi helyzetűek.



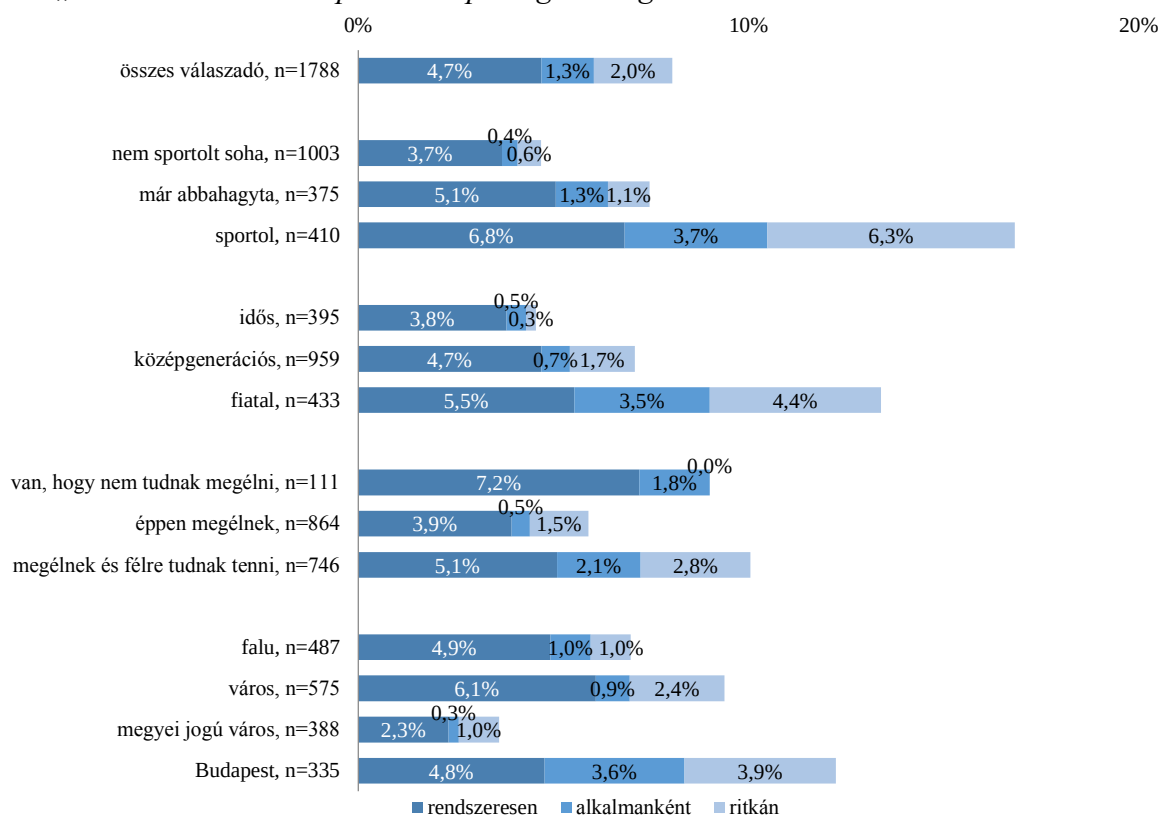
Forrás: saját szerkesztés

174. ábra: Sportágak üzése: kézilabda – háttérelvezés
 „Űzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – kézilabda”



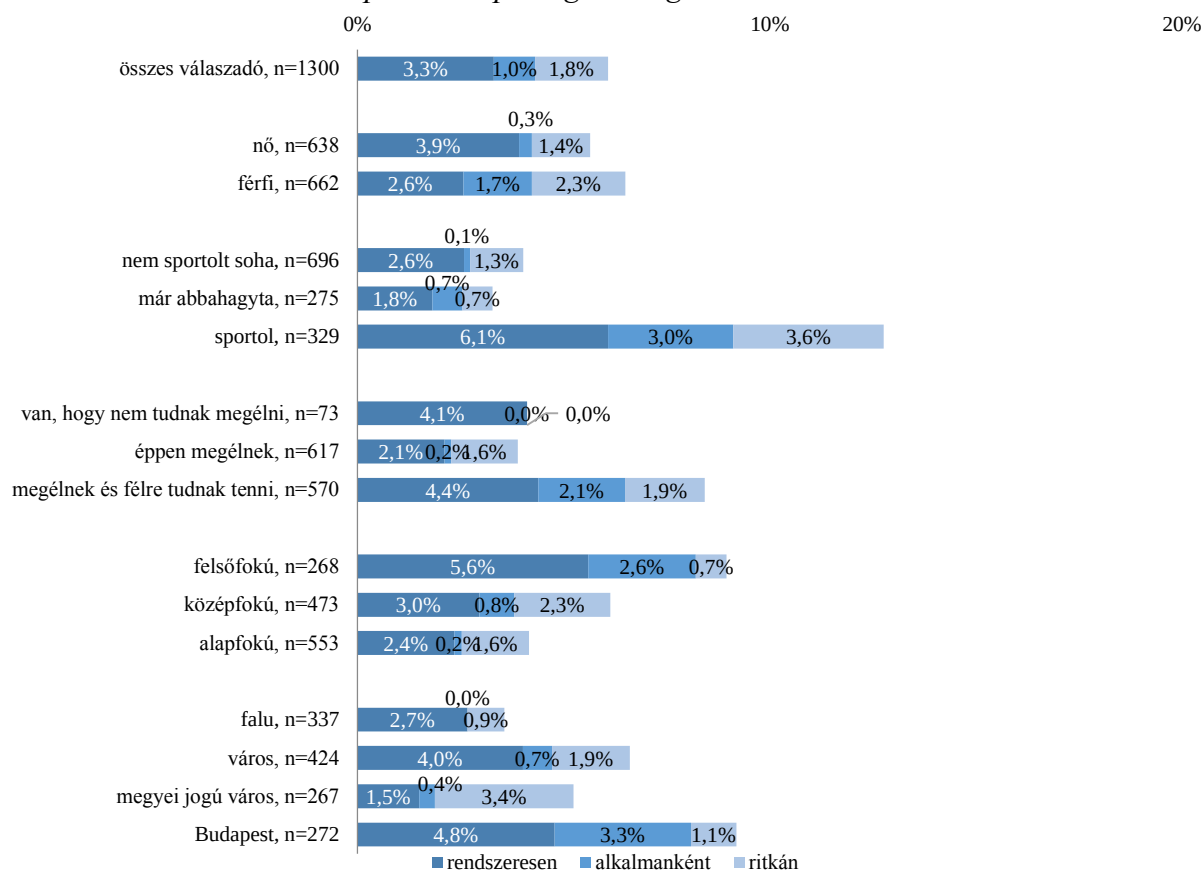
Forrás: saját szerkesztés

175. ábra: Sportágak üzése: kosárlabda – háttérelvezés
 „Űzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – kosárlabda”



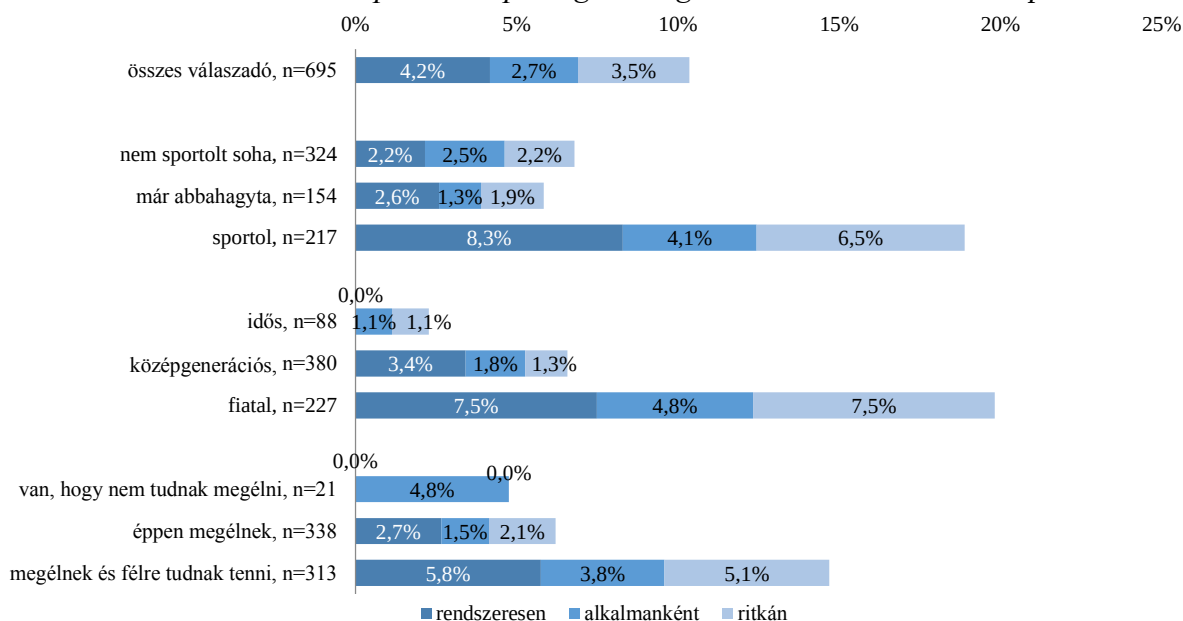
Forrás: saját szerkesztés

176. ábra: Sportágak üzése: vitorlázás – háttérellemzés
 „Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – vitorlázás”



Forrás: saját szerkesztés

177. ábra: Sportágak üzése: e-sport – háttérellemzés
 „Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – e-sport”



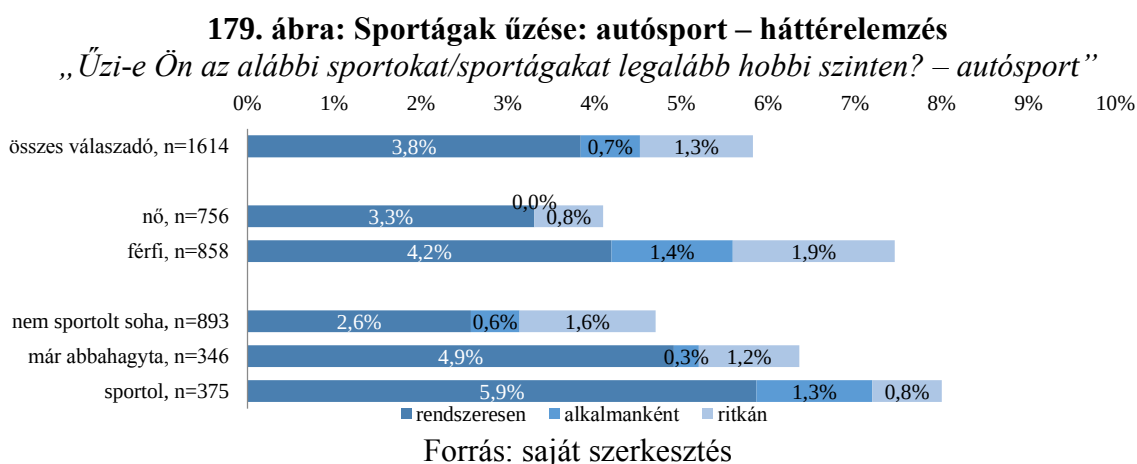
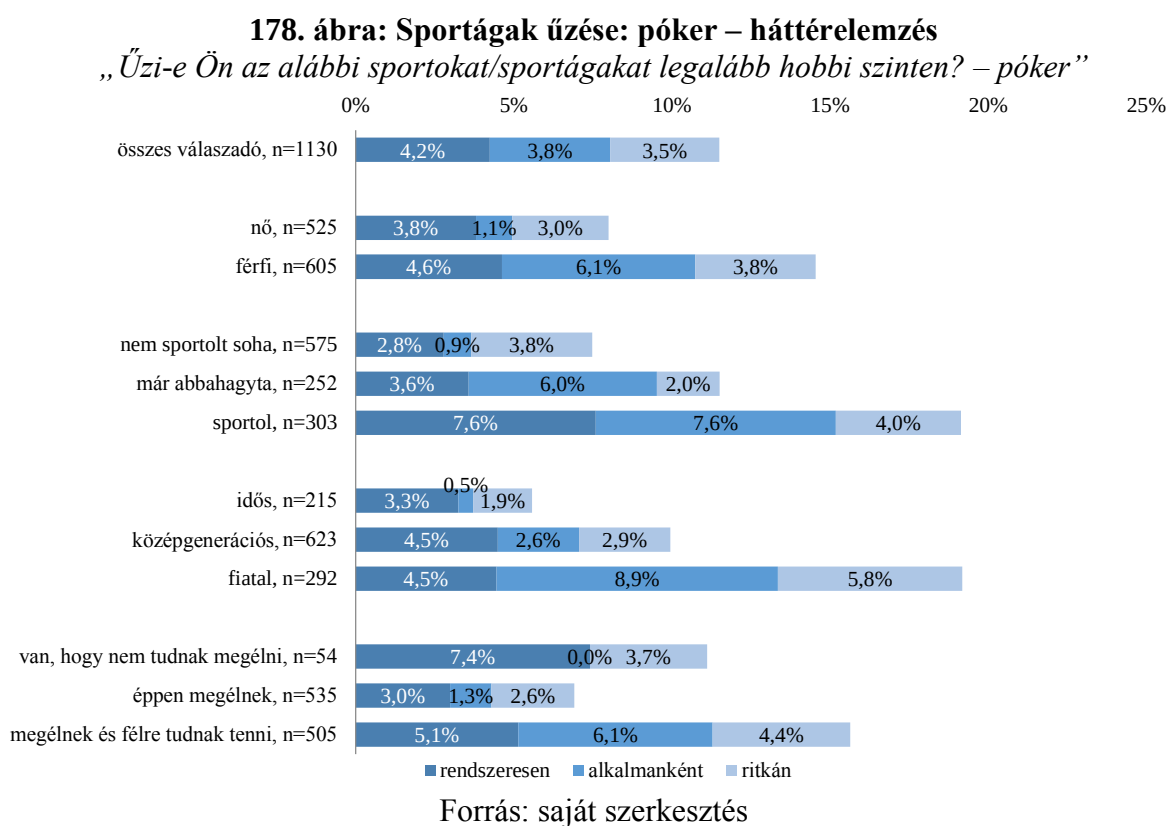
Forrás: saját szerkesztés

A 178. ábra alapján látható, hogy a középgeneráció tagjai és fiatalok rendszeresebben *pókereznek*, mint az idősök. Az anyagi helyzetet figyelembe véve a „van, hogy nem tudnak megélni” helyzetben levők üzik leggyakrabban ezt a sportot.

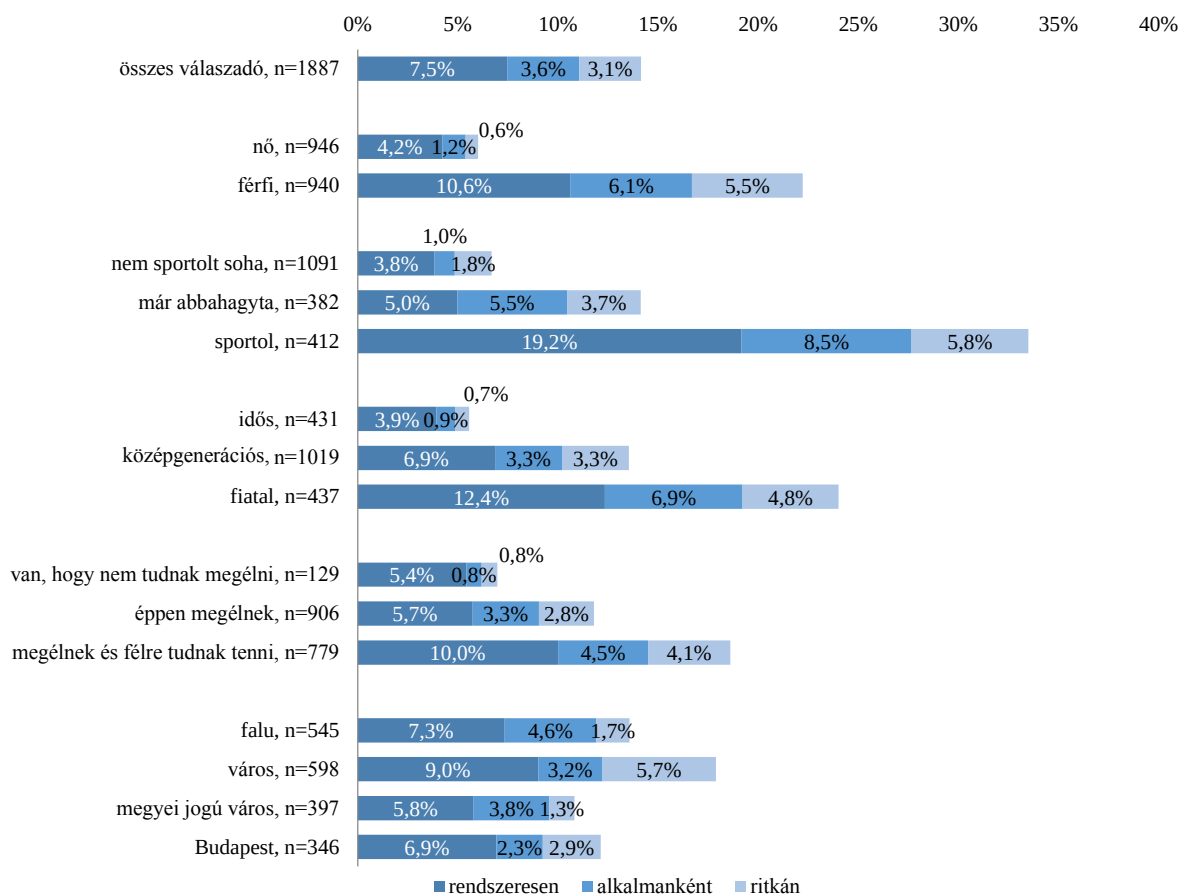
A 179. ábra alapján megállapítható, hogy az *autósportokat* rendszeresebben üzik azok, akik sportolnak, mint azok, akik soha nem sportoltak vagy sportoltak, de már abbahagyták azt.

Vizsgálatunk alapján a *labdarúgást* a fiatalabbak rendszeresebben üzik, mint az idősebb generációk. A „megélnék és félre is tudnak tenni” anyagi helyzetben levők rendszeresebben fociznak, mint a kevésbé jó anyagi helyzetben lévők. A lakóhelyeket illetően a városokban lakók azok, akik a leggyakrabban üzik ezt a sportot (180. ábra).

Rendszeresebben *sakkoznak* azok (181. ábra), akik megélnék és félre is tudnak tenni, mint a kedvezőtlenebb helyzetűek. Továbbá a felsőfokú végzettséggel rendelkezők is rendszeresebben sakkoznak, mint az alacsonyabb végzettségűek.

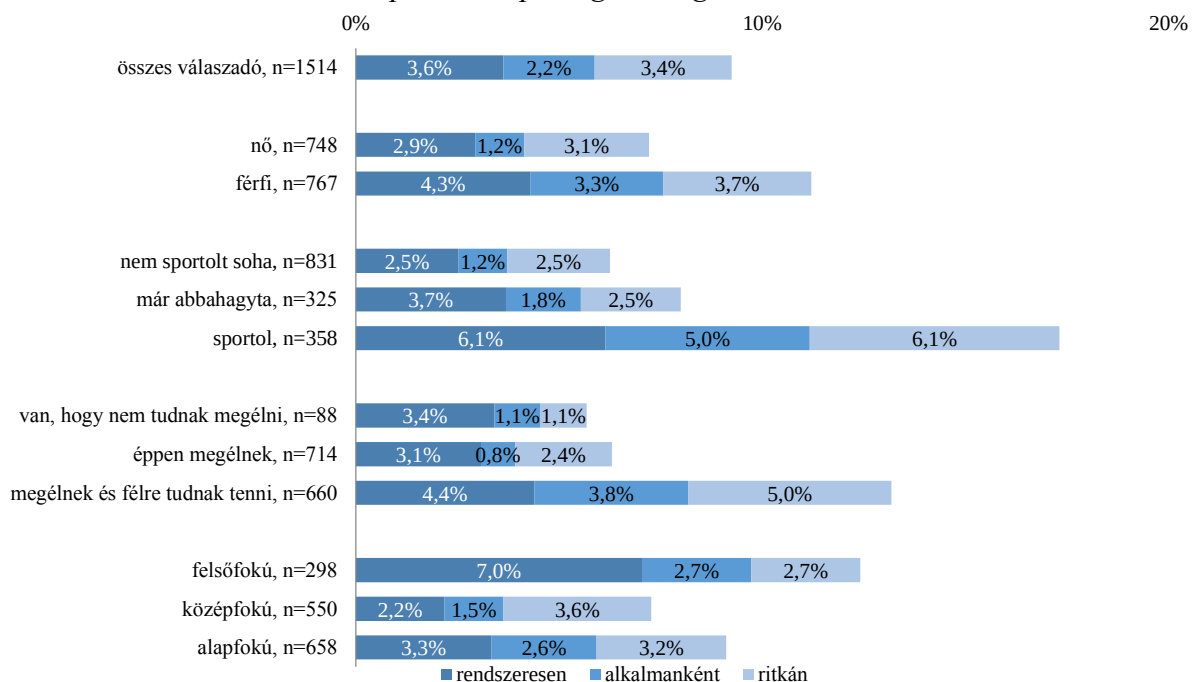


180. ábra: Sportágak üzése: labdarúgás – háttérelmzés
 „Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – labdarúgás”



Forrás: saját szerkesztés

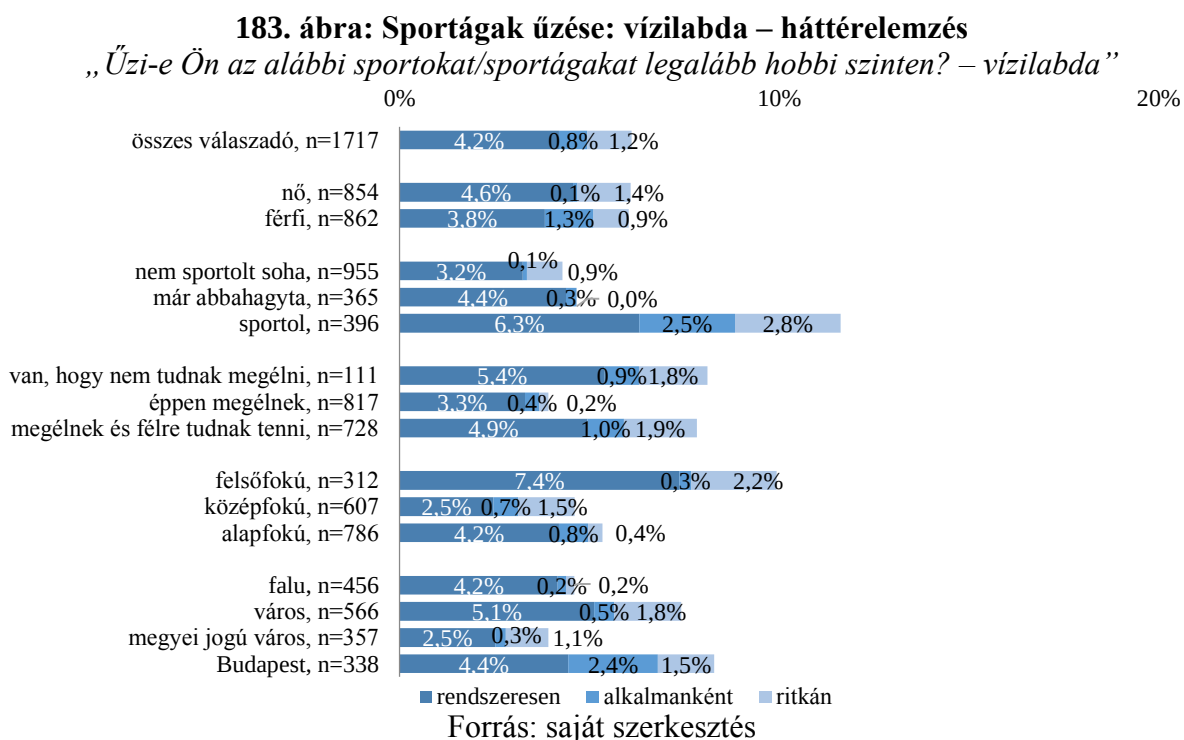
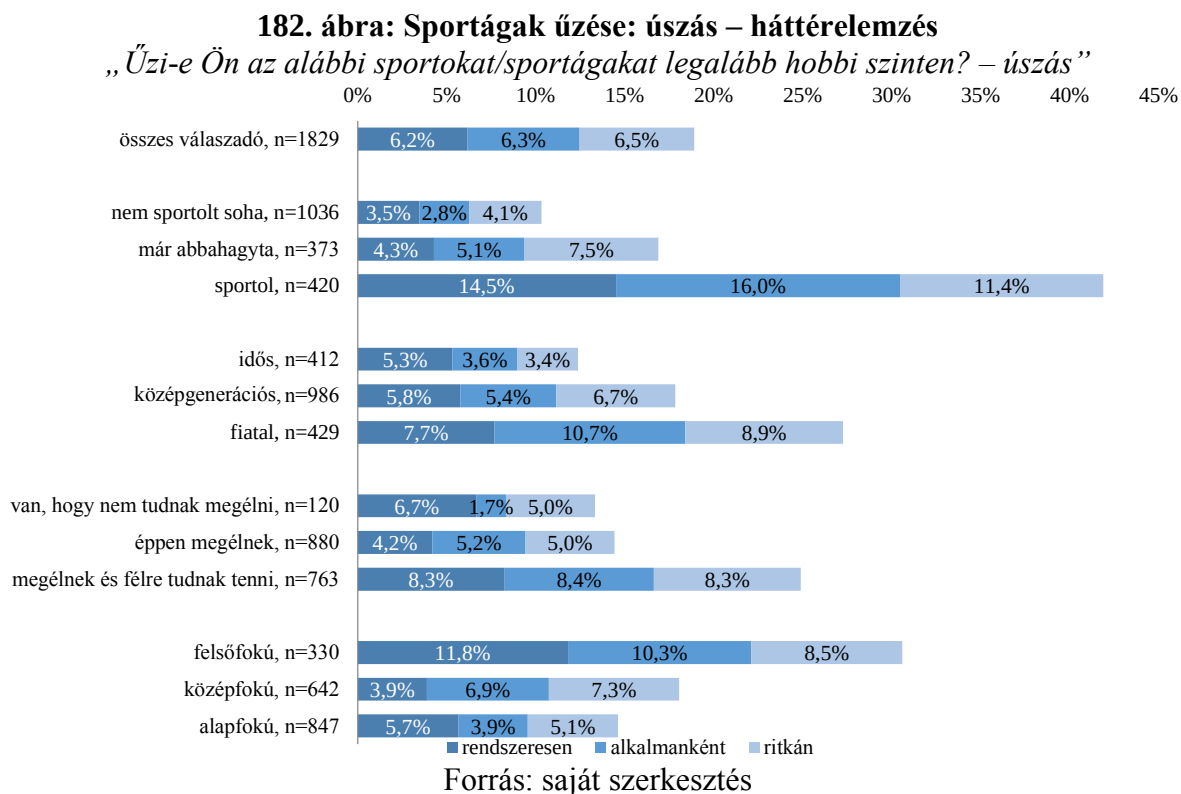
181. ábra: Sportágak üzése: sakk – háttérelmzés
 „Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – sakk”



Forrás: saját szerkesztés

A fiatalok rendszeresebben *úsznak*, mint a középgenerációsok vagy idősek. Az anyagi helyzet tekintetében elmondható, hogy a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetűek üzik rendszeresebben ezt a sportot (182. ábra).

A 183. ábra alapján látható, hogy a *vízilabdát* a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzettel rendelkezők rendszeresebben üzik, mint a jobb anyagi helyzetűek. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is gyakrabban vízilabdáznak, mint az alacsonyabb végzettségűek.



A korosztályok tekintetében a fiatalok rendszeresebben űzik az *aerobicot/fitneszt*, mint az idősebb korosztályba tartozók. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is rendszeresebben űzik ezt a sportot, mint az alacsonyabb végzettségi szinttel rendelkezők (184. ábra).

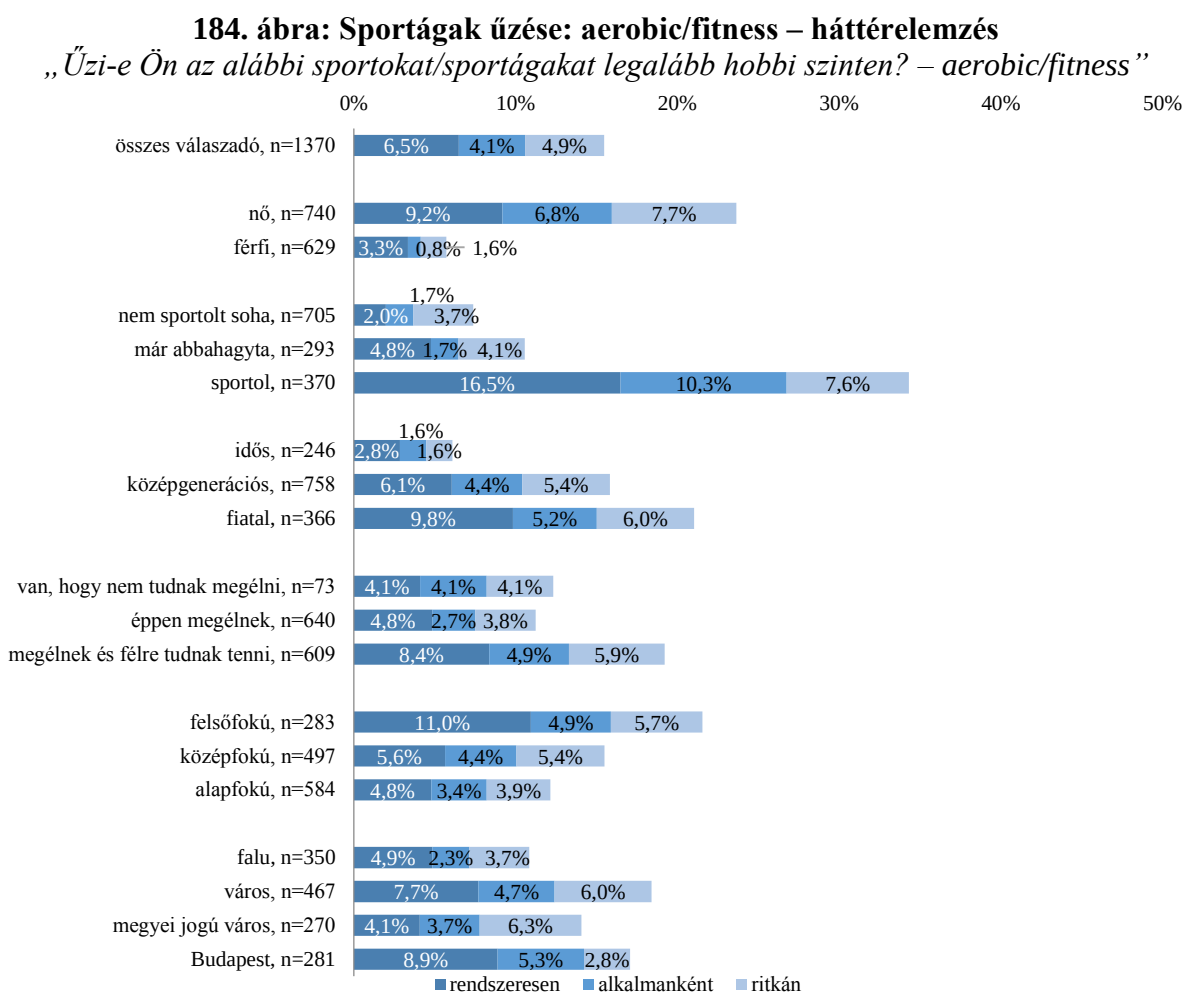
A 185. ábra alapján látható, hogy a fiatalok rendszeresebben űznek *konditermi sportokat*, mint az idősebb korosztályba tartozók. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők is gyakrabban űzik a konditermi sportokat, mint az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők.

Vizsgálatunk alapján a felsőfokú végzettséggel rendelkezők rendszeresebben *jégkorongoznak*, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők (186. ábra).

A 187. ábra alapján látható, hogy a fiatalok *röplabdáznak* rendszeresebben. Végzettség tekintetében inkább a felsőfokú végzettséggel rendelkezők űzik ezt a sportot. A lakóhelyek tekintetében a budapestiek rendszeresebben röplabdáznak, mint a kisebb településeken élők.

A felsőfokú végzettségűek rendszeresebben *asztaliteniszeznek* (188. ábra), mint az alacsonyabb végzettségűek. A „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetűek is rendszeresebben űzik ezt a sportot, mint a jobb anyagi helyzetűek.

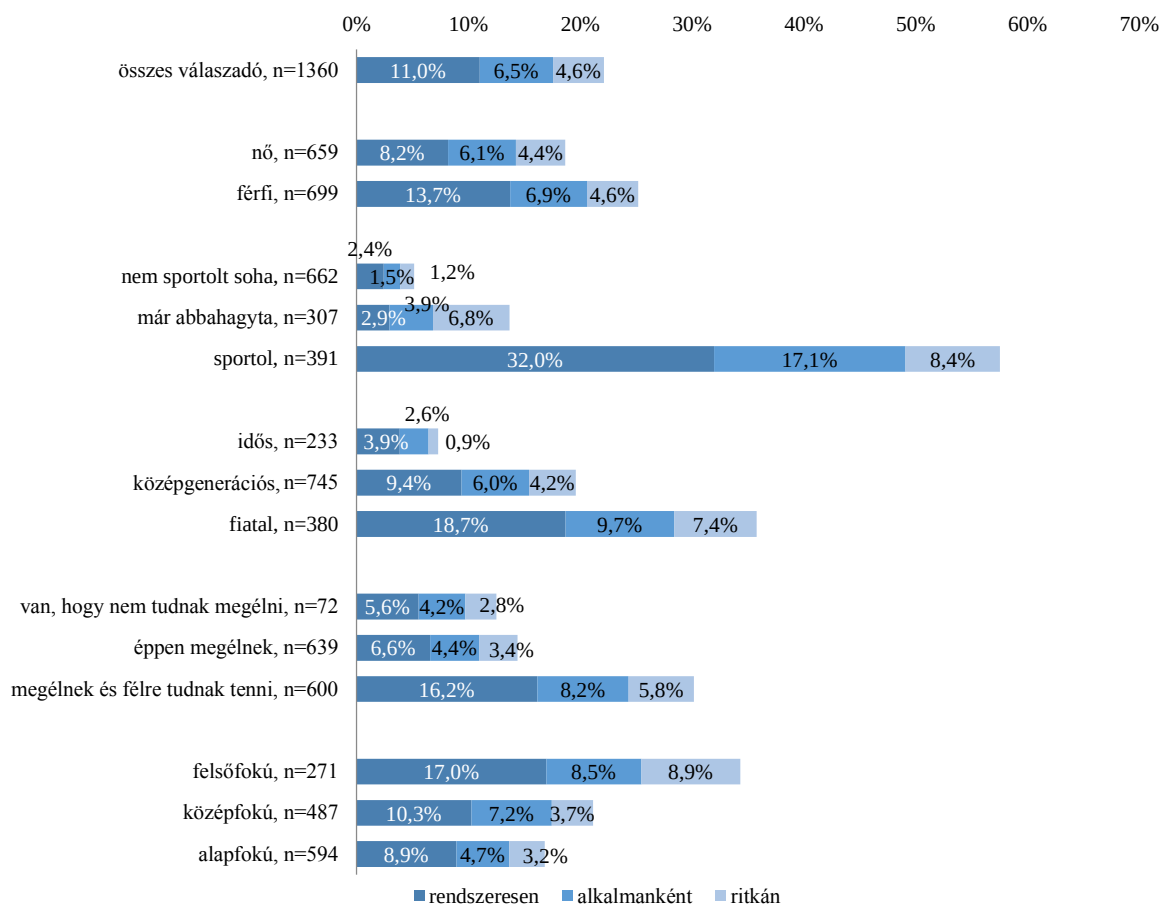
Kevésbé rendszeresen *vívnak* azok, akik „van, hogy nem tudnak megélni” a magasabb jövedelmi helyzetűekhez képest. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők rendszeresebben űzik ezt a sportot, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők (189. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

185. ábra: Sportágak űzése: konditermi sportok – háttérelvezés

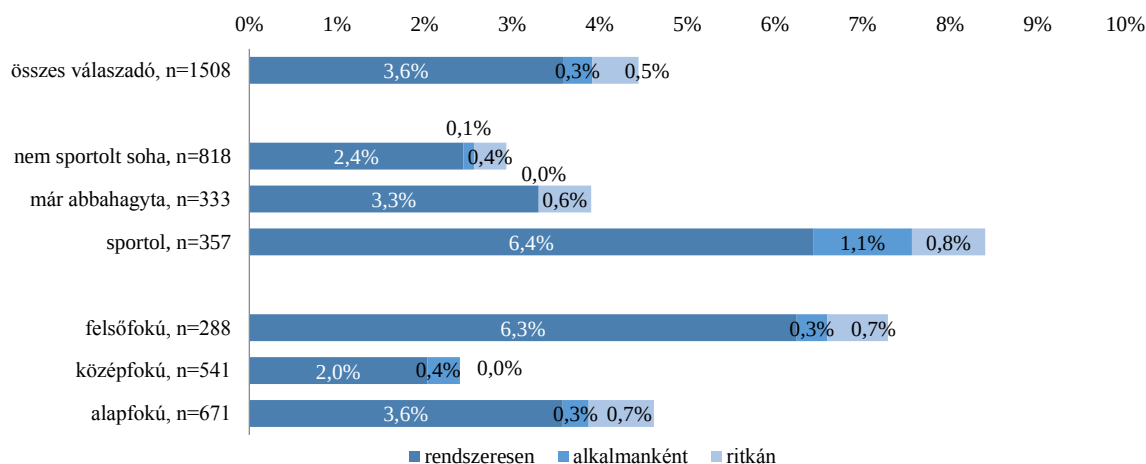
„Űzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – konditermi sportok”



Forrás: saját szerkesztés

186. ábra: Sportágak űzése: jégkorong – háttérelvezés

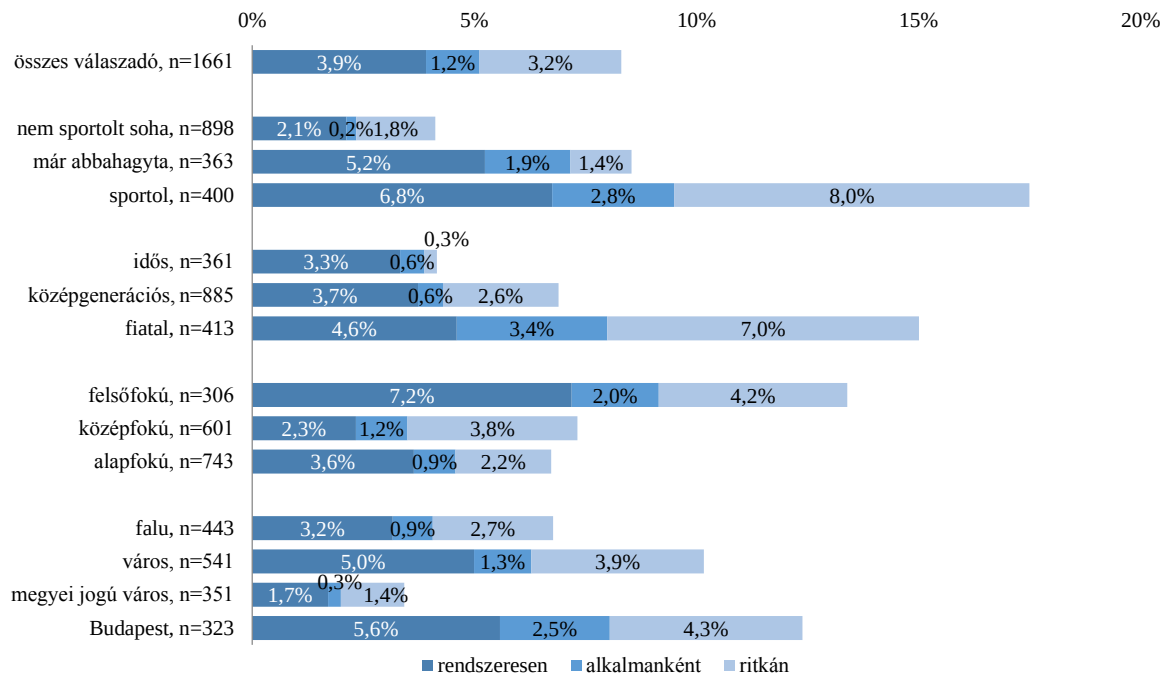
„Űzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – jégkorong”



Forrás: saját szerkesztés

187. ábra: Sportágak üzése: röplabda – háttérelmzés

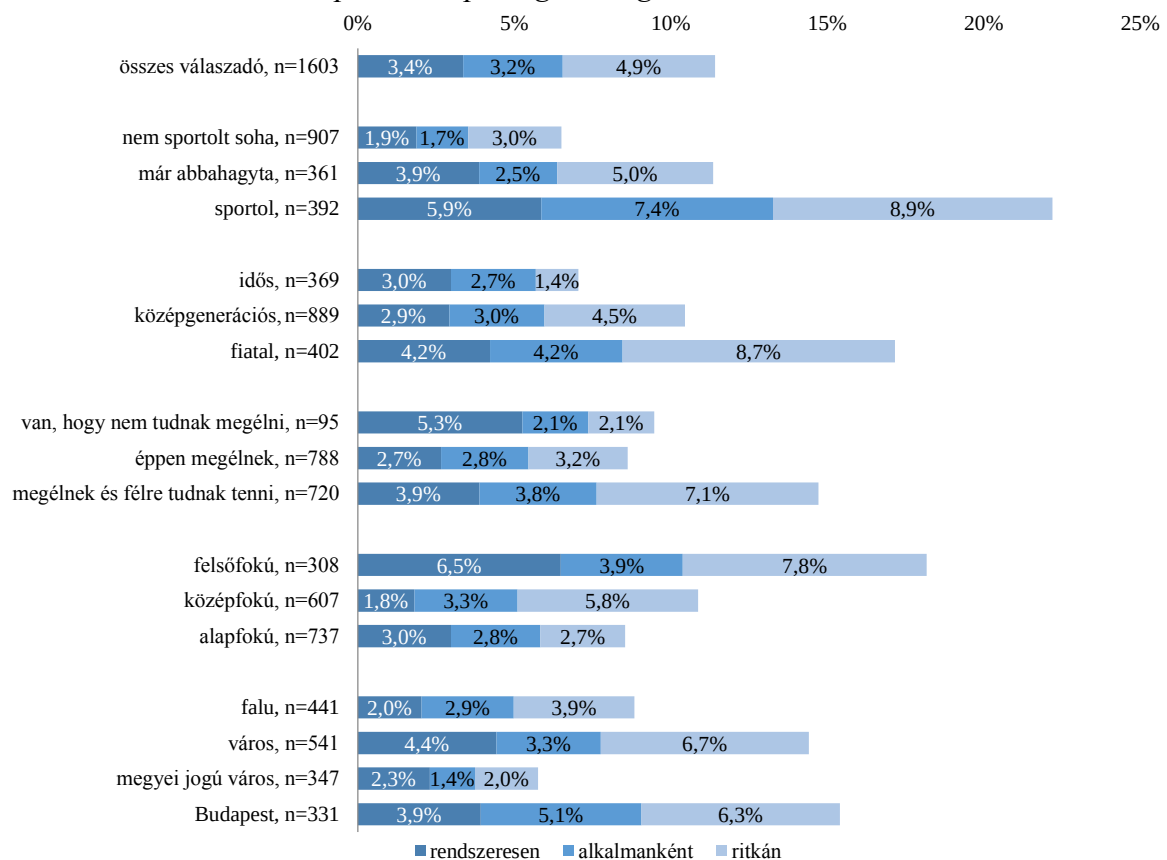
„Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – röplabda”



Forrás: saját szerkesztés

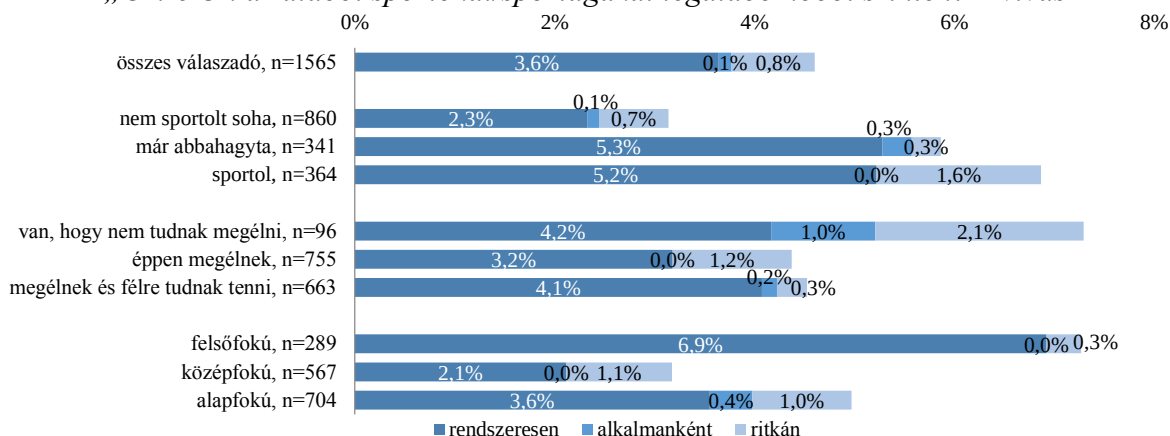
188. ábra: Sportágak üzése: asztalitenisz – háttérelmzés

„Üzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – asztalitenisz”



Forrás: saját szerkesztés

189. ábra: Sportágak üzése: vívás – háttérelvezés
 „Úzi-e Ön az alábbi sportokat/sportágakat legalább hobbi szinten? – vívás”



Forrás: saját szerkesztés

4.4. Sportcélú költségek

A Budapesten élők átlagosan jóval többet költenek a különböző sportrendezvények látogatására, mint a kisebb településeken élők (190. ábra).

Az idősebb korosztály átlagosan többet fizetett *sportklub, fitnesszterem bérletre*, mint a közép- vagy fiatal generáció (igaz esetükben alacsony az elemszám, így ez a megállapítás csak tájékoztató jellegű). A végzettségi szint tekintetében alapján látható, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők átlagosan többet költenek a vizsgált kiadásokra, továbbá a Budapesten élők költenek átlagosan a legtöbbet (191. ábra).

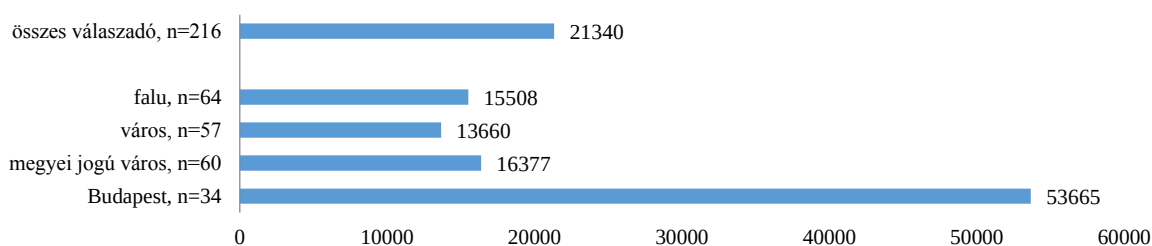
A középgenerációsok átlagosan többet költenek *táplálékkiegészítőre*, mint a fiatalok vagy idősebbek. Továbbá az is látható, hogy a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetűek többet költenek, mint az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők. Az eredmények ugyan szignifikáns különbséget mutatnak, de az alacsony elemszámok miatt a 192. ábra csak tájékoztató jellegű.

Átlagosan azok költenek a legtöbbet *sportruházatra*, akik sportolnak. A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők átlagosan szintén többet költenek sportruházatra, mint az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők. A lakóhelyeket illetően megállapítható, hogy a budapestiek költenek a legtöbbet sportruházatra (193. ábra).

190. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltség: sportrendezvények látogatására (mérkőzések, versenyek, kiállítások, aerobic nap stb.) – háttérelvezés (Ft)

„Kérjük, válaszolja meg, költött-e és mennyit az utóbbi egy évben az alábbi tételekre?

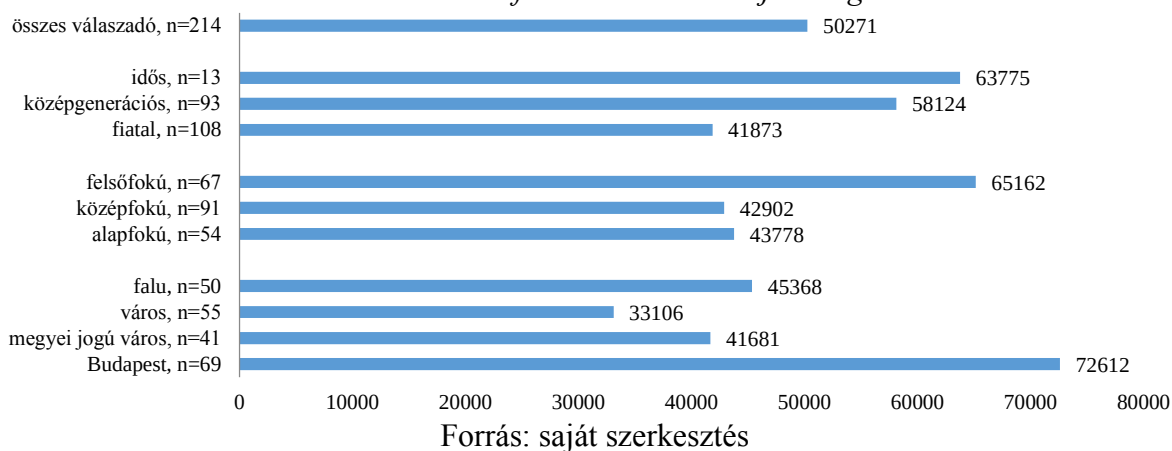
Minden Ön által fizetett tételt becsüljön meg!”



Forrás: saját szerkesztés

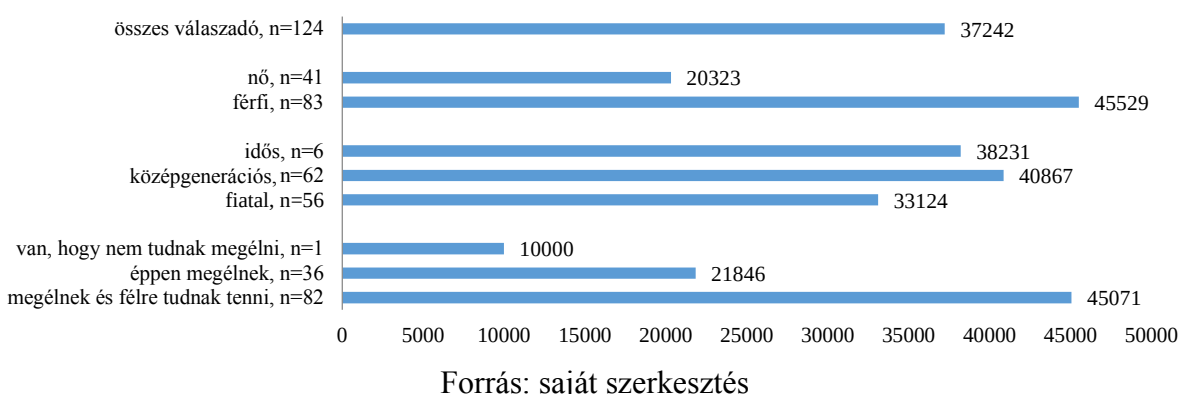
191. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportklub, fitnessterem stb., tagdíjra, bérletre – háttérelvezés (Ft)

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



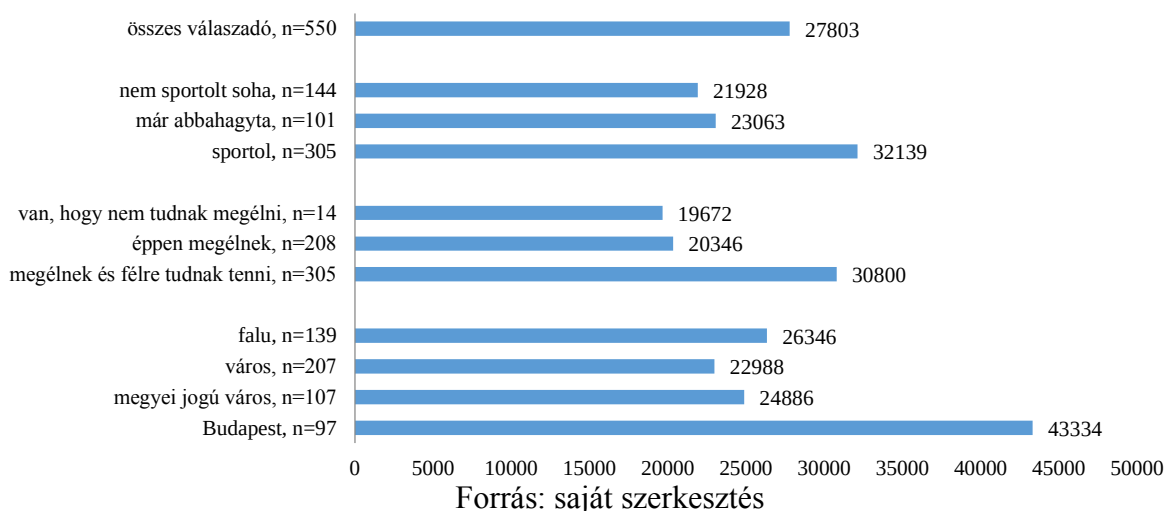
192. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: táplálékkiegészítőre (pl: kreatin, tömegnövelő stb.) – háttérelvezés (Ft)

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



193. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportruházatra – háttérelvezés (Ft)

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



A Budapesten élők átlagosan jóval többet költöttek *sportcipőre*, mint a kisebb településen élők (194. ábra). A fiatal generáció nagyobb mértékben vásárol magának *sporttal kapcsolatos dolgokat*. Lakóhely tekintetében a városiakra jellemző ez a legkevésbé (195. ábra).

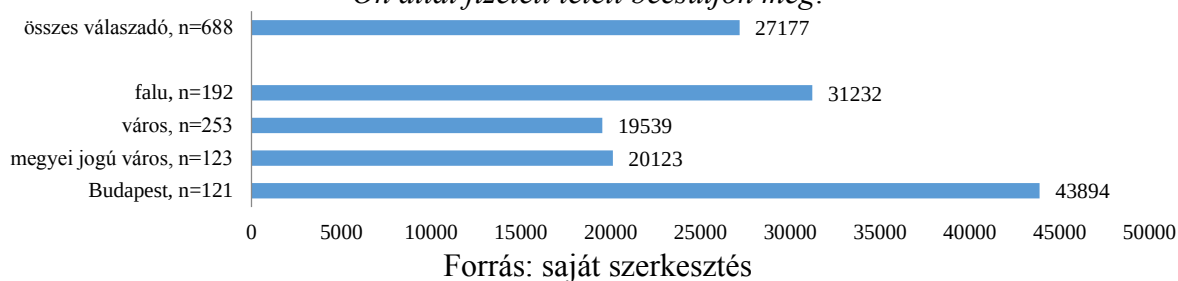
Vizsgálatunk szerint a legnagyobb mértékben az idős generációra jellemző, hogy a sporttal kapcsolatos eszközöket a *párjának* vásárolja. Az alacsony elemszámok miatt a 196. ábra csak tájékoztató jellegű.

Akik soha nem sportoltak, nagyobb mértékben vásárolnak sporttal kapcsolatos dolgokat a *gyerekeiknek*, mint akik sportolnak vagy már abbahagyták azt (197. ábra).

A legnagyobb mértékben azok vásárolják a sportruházatot *speciális sportruházati/kiegészítő üzletben*, akik sportolnak. Az ilyen vásárlás jobban jellemző a fiatalokra, mint az idősebbekre. Továbbá a „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők is inkább vásárolnak ilyen helyeken (198. ábra).

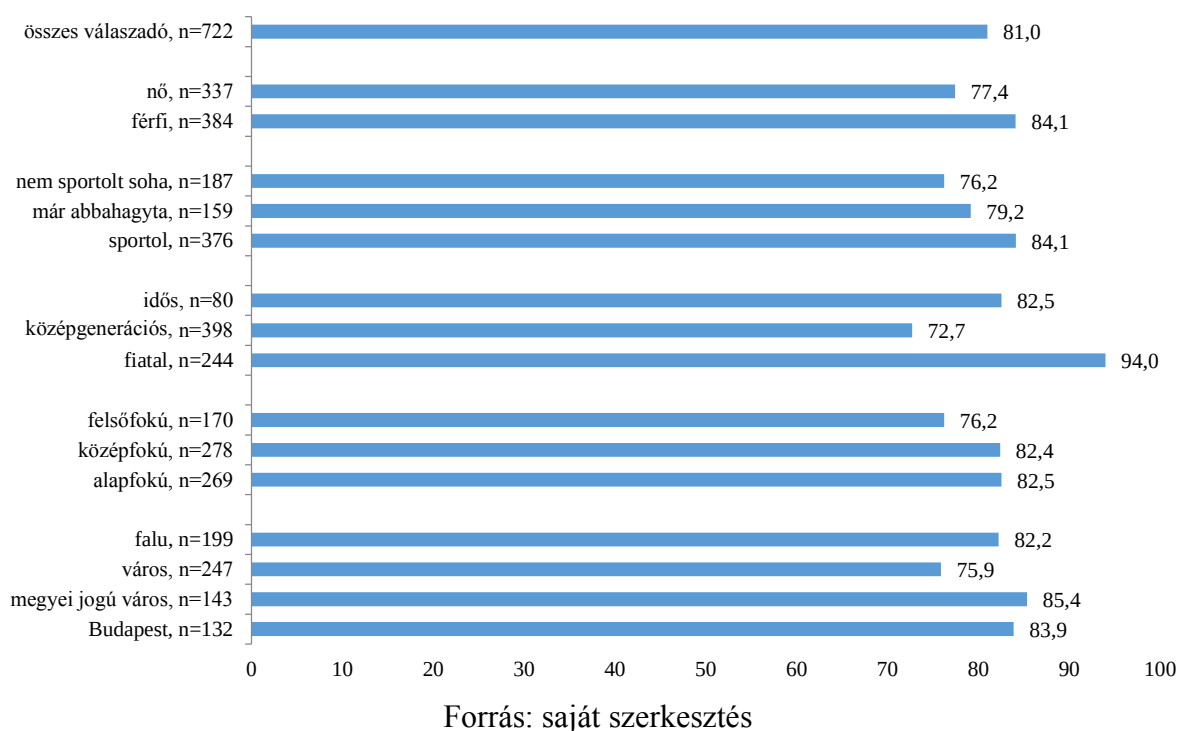
194. ábra: Sporthoz kötődő pénzköltés: sportcipőre – háttérelvezés (Ft)

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



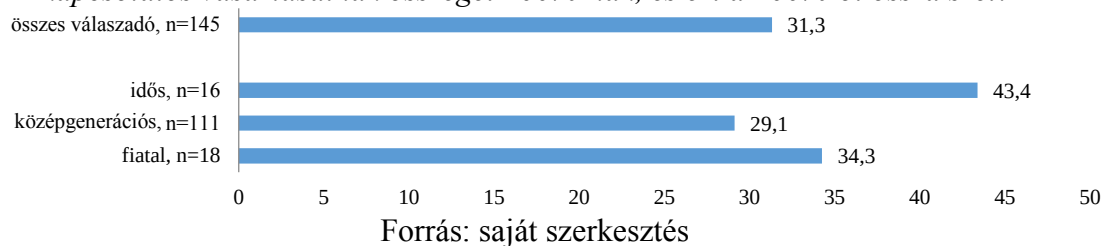
195. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: saját magának – háttérelvezés

„Kinek vásárol elsősorban sporttal kapcsolatos dolgokat? Kérjük, tekintse az összes sporttal kapcsolatos vásárlásainak összegét 100%-nak, és ezt a 100%-ot ossza szét!”



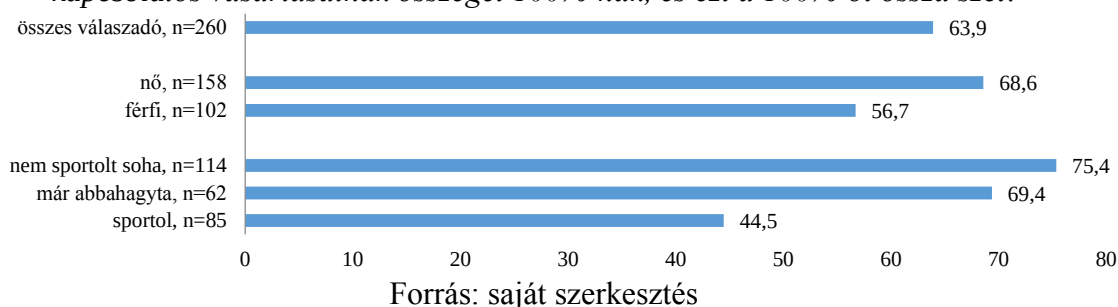
196. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: párjának – háttérelmzés

„Kinek vásárol elsősorban sporttal kapcsolatos dolgokat? Kérjük, tekintse az összes sporttal kapcsolatos vásárlásainak összegét 100%-nak, és ezt a 100%-ot ossza szét!”



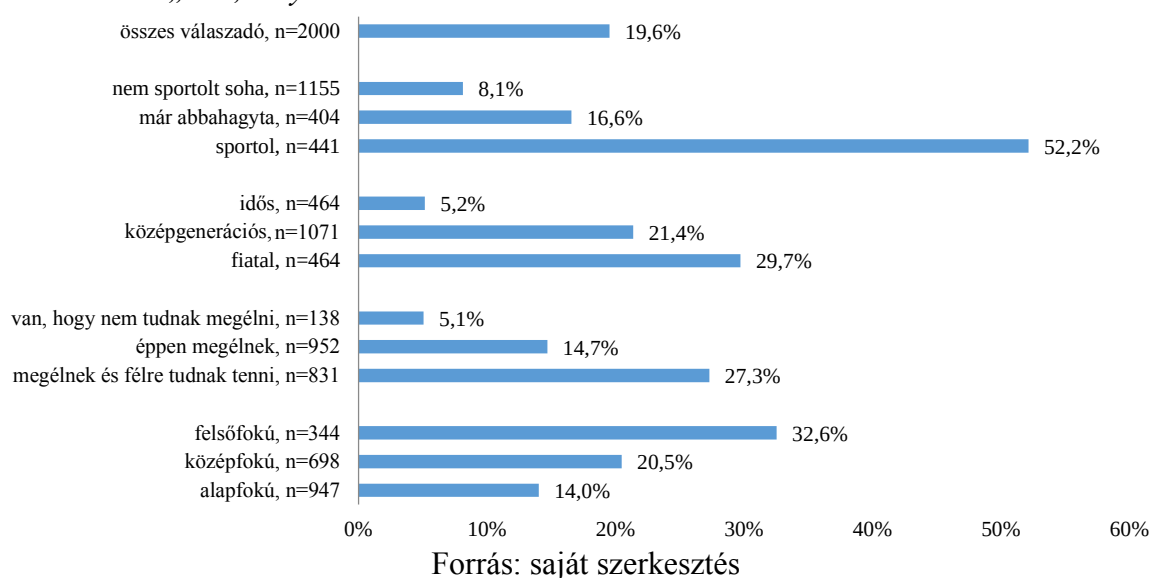
197. ábra: Sporttal kapcsolatos dolgok vásárlása: saját gyerek/ek/nek – háttérelmzés

„Kinek vásárol elsősorban sporttal kapcsolatos dolgokat? Kérjük, tekintse az összes sporttal kapcsolatos vásárlásainak összegét 100%-nak, és ezt a 100%-ot ossza szét!”



198. ábra: Sportruházat vásárlása: speciális sportruházati/ kiegészítő üzletben – háttérelmzés

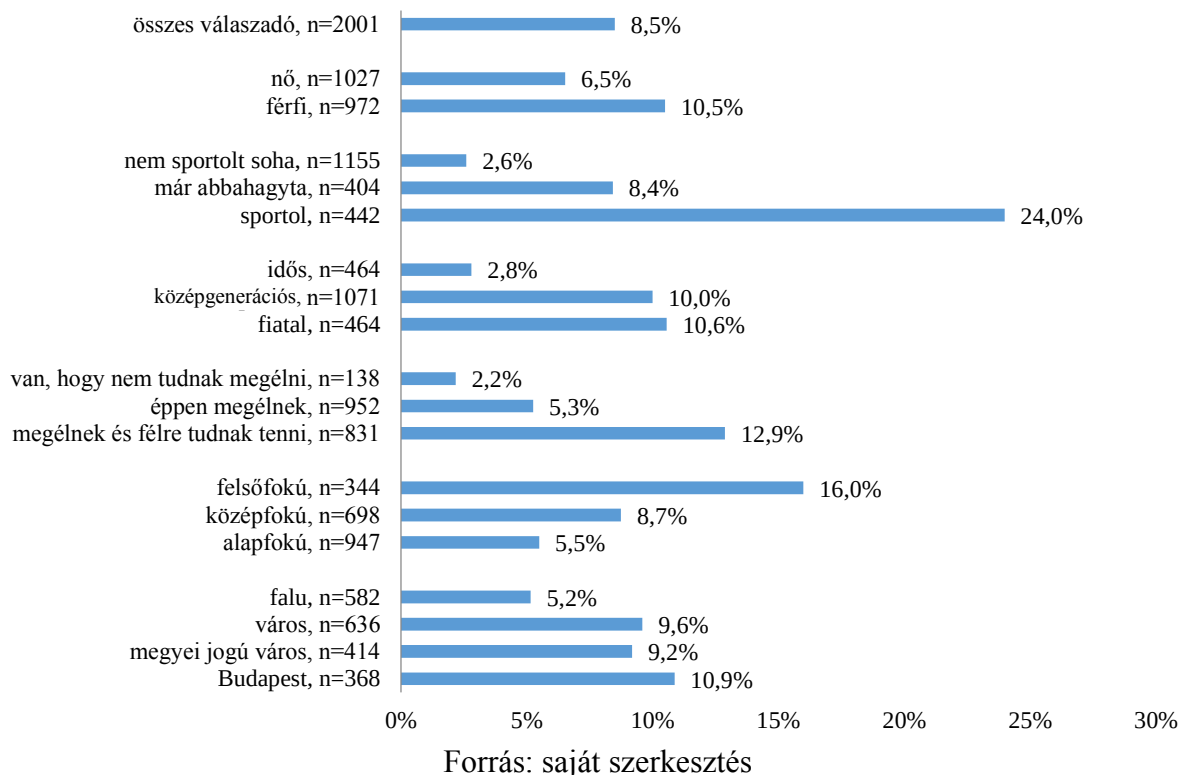
„Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket?”



Vizsgálatunk alapján a legnagyobb mértékben azok vásárolják a sporteszközöket, kellékeket *speciális sportruházati/kiegészítő üzletben*, akik sportolnak (199. ábra). A kedvezőbb anyagi helyzetben levőkre jobban jellemző ez, mint a rosszabb anyagi helyzetűekre. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is gyakrabban vásárolnak sporteszközöket, kellékeket speciális sportruházati üzletekben, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők.

199. ábra: Sporteszközök, kellékek vásárlása: speciális sportruházati/ kiegészítő üzletben – háttérelmzés

„Hol, milyen üzletekben szokta vásárolni az alábbi termékeket?”



4.5. Sportcélú utazás

A 200. ábra alapján látható, hogy azok szoktak leginkább *sportcélú utazásokra* menni, akik sportolnak. Az ilyen típusú utazás inkább a fiatalokra jellemző, mint a középgenerációsokra vagy idősekre. Az anyagi helyzetet figyelembe véve a „megélnék és félre tudnak tenni” helyzetben levők gyakrabban vesznek részt sportcélú utazásokon, mint a kedvezőtlenebb helyzetben levők. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők körében több a sportcélú utazás, mint a közép- és alapfokú végzettségűek esetében.

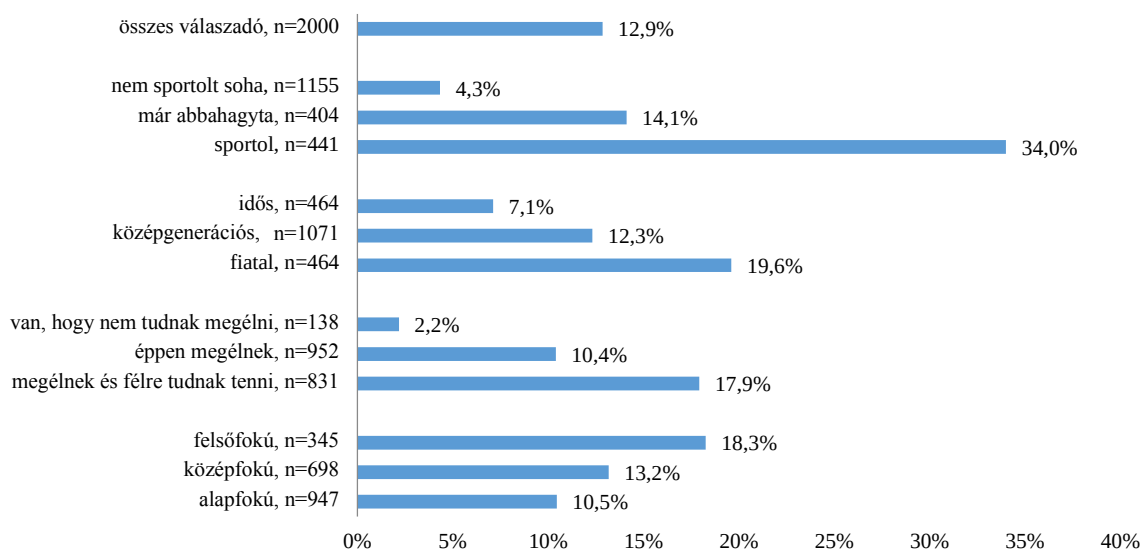
A legnagyobb mértékben a megyei jogú városokban élők utaztak *Magyarországon belül* az elmúlt egy évben sportrendezvény/sportolás miatt (201. ábra).

A legnagyobb arányban azok utaztak és vettek részt *sporteseményen nézőként*, akik sportolnak, ellentétben azokkal, akik nem. Az idősebb korosztály utazott ilyen célból a legkisebb mértékben. Az ilyen célú utazás a megyei jogú városok lakói körében volt a legnépszerűbb (202. ábra).

Akik sportolnak, magasabb arányban utaztak *külföldre* az elmúlt egy évben sport miatt, mint azok, akik nem (203. ábra). A „megélnék és félre tudnak tenni” anyagi helyzetben levők is nagyobb arányban utaztak ilyen célból, mint a kedvezőtlenebb helyzetben levők. Lakóhely tekintetében legnagyobb arányban a budapestiekre jellemző ez.

200. ábra: Sportcélú utazás – háttérelmzés

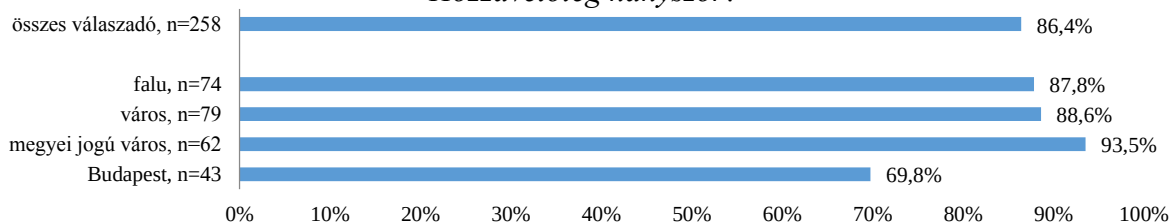
„Szokott-e sport céllal (sportolás, látogatás, sportesemény megtekintése) utazni?”



Forrás: saját szerkesztés

201. ábra: Utazási gyakoriság Magyarországon – háttérelmzés

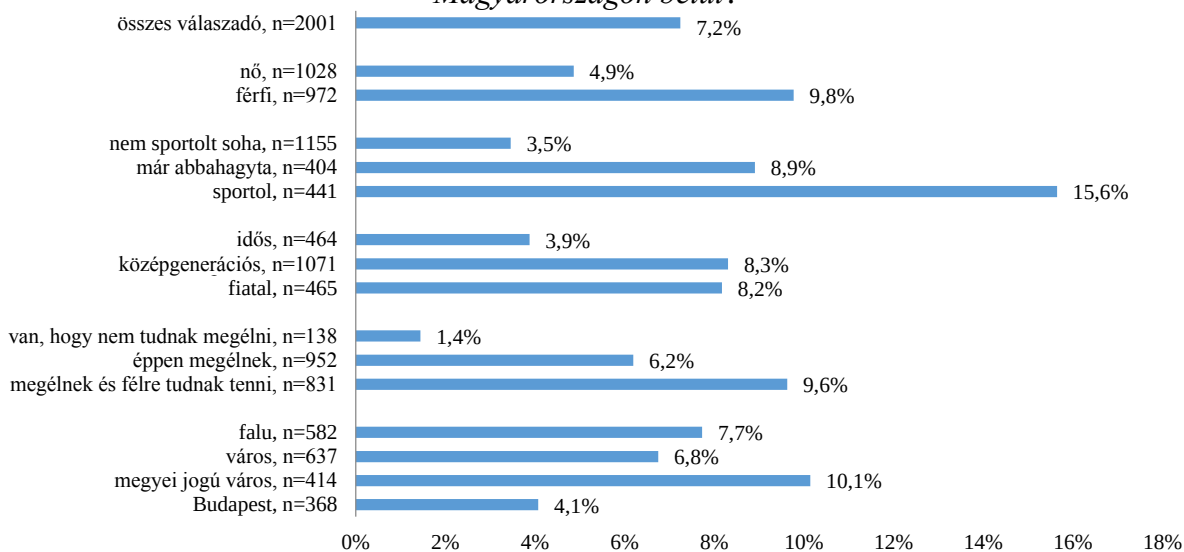
„Utazott-e Magyarországon belül az elmúlt egy évben sportrendezvény/sportolás miatt
Hozzávetőleg hányszor?”



Forrás: saját szerkesztés

202. ábra: A magyarországi sporttal kapcsolatos utazások célja: sporteseményen vettem részt nézőként – háttérelmzés

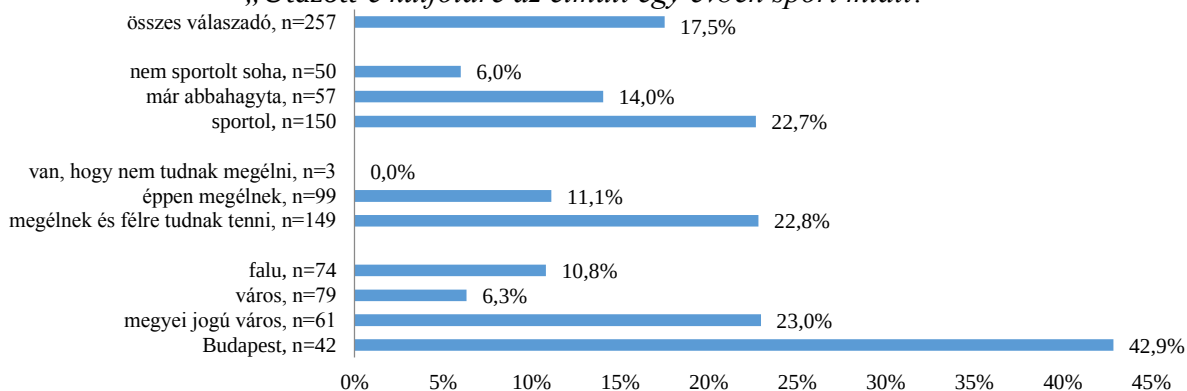
„Az alábbiak közül milyen céllal utazott az elmúlt egy évben sport miatt
Magyarországon belül?”



Forrás: saját szerkesztés

203. ábra: Külföldi sportcélú utazás – háttérelmzés

„Utazott-e külföldre az elmúlt egy évben sport miatt?”



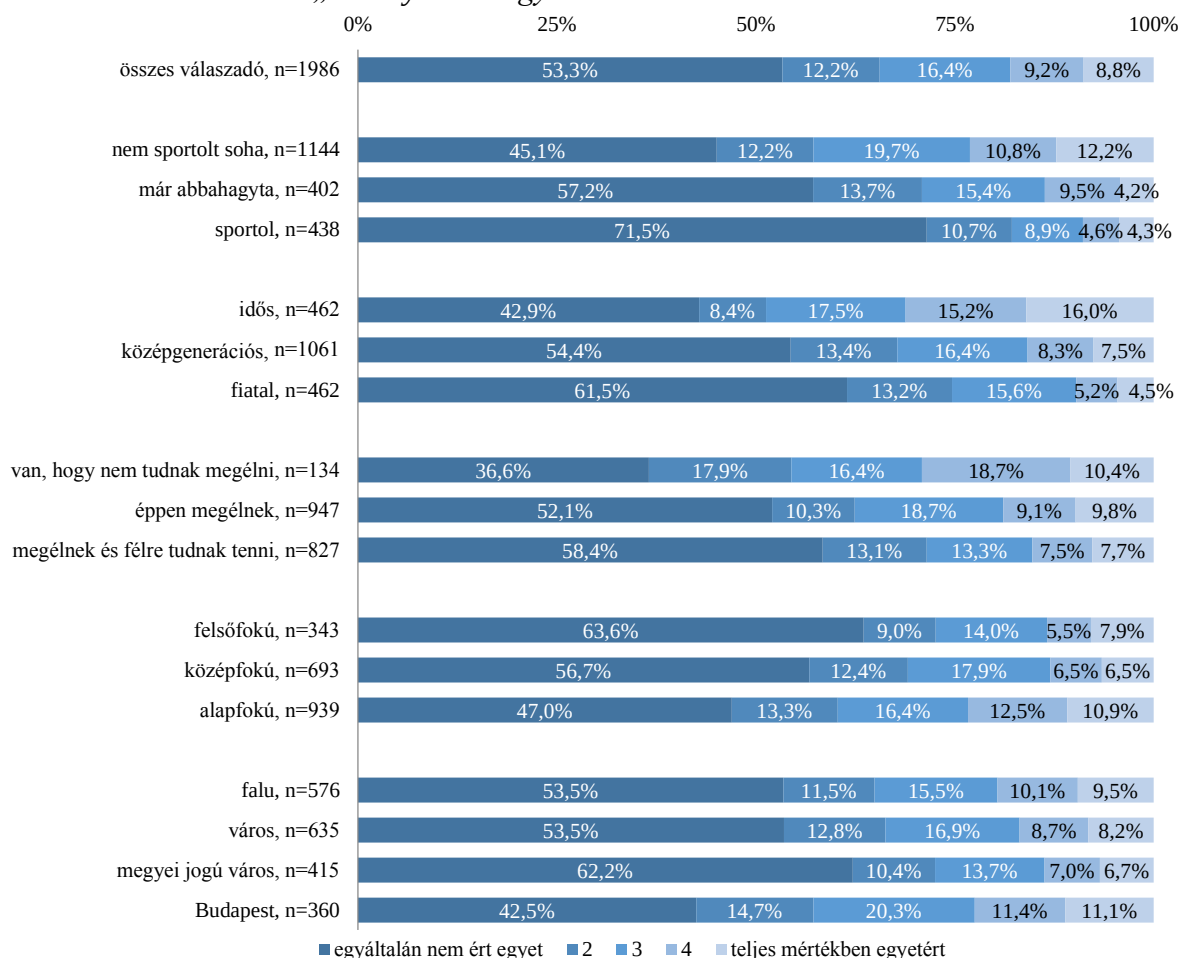
Forrás: saját szerkesztés

4.6. Sportolókhoz, sportokhoz kapcsolódó értékelés

„A sportolás csak fiataloknak való” állítással leginkább azok nem értettek egyet, akik sportolnak. A korosztályok tekintetében a fiatalok azok, akik legkevésbé tudtak azonosulni az állítással (204. ábra).

204. ábra: Attitűdállítások: A sportolás csak fiataloknak való – háttérelmzés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



■ egyáltalán nem ért egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ teljes mértékben egyetért

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók közül a fiatalok és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy *a sportolás az életük része*, mint az idősebbek, illetve az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők. Akik „van, hogy nem tudnak megélni” nagy arányban nem tartják a sportolást életük részének (205. ábra).

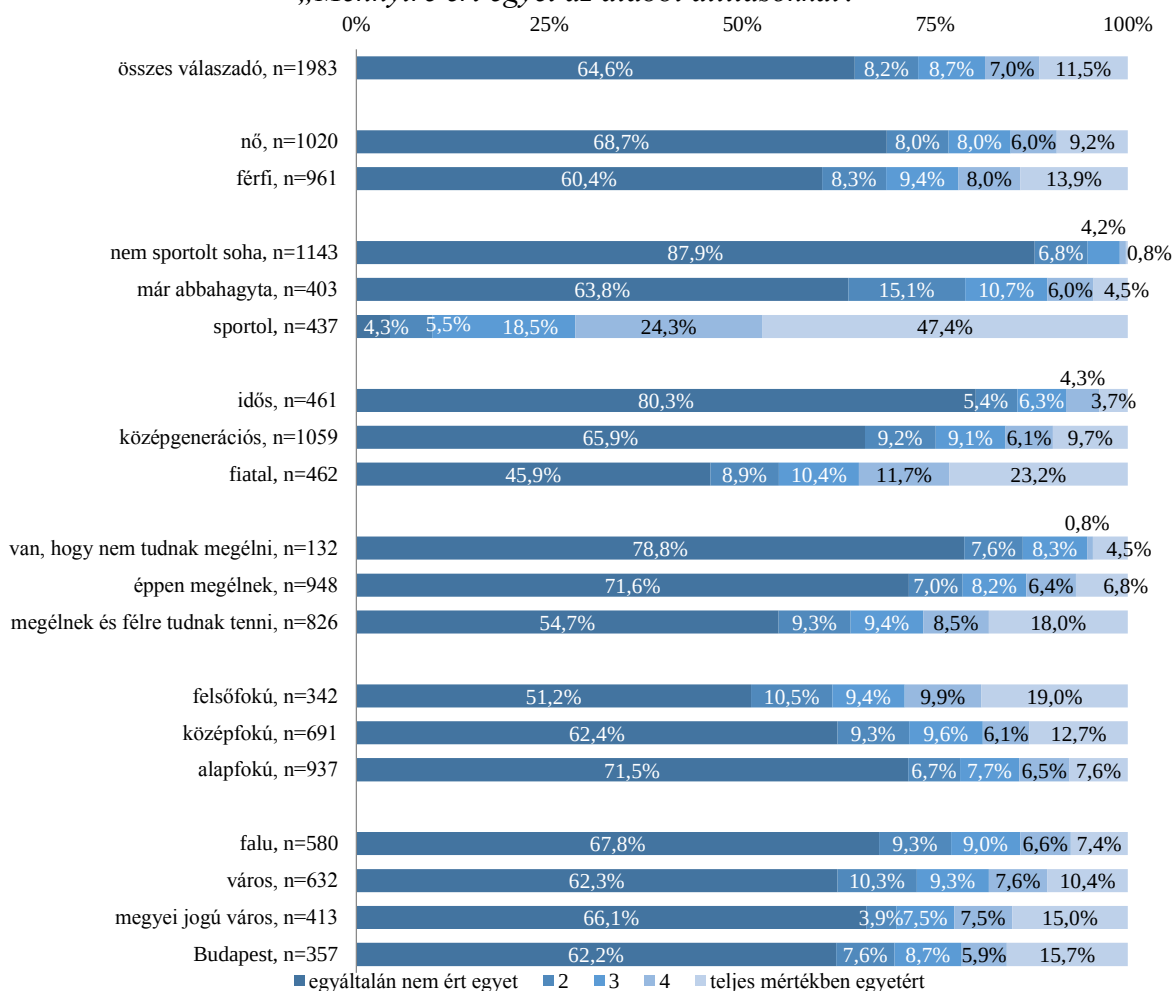
A jelenleg is sportolók harmada egyáltalán nem ért egyet azzal, hogy *a sportolás elvárás a környezetükben*. Az idős generáció kisebb arányban értett egyet ezzel az állítással, mint a fiatalabb generációk. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők is nagyobb arányban értettek egyet azzal, hogy a sportolás elvárás környezetükben, mint alacsonyabb végzettséggel rendelkező válaszadók (206. ábra).

Az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők kevésbé értettek egyet a „*Sokat költök sportolásra*” állítással, mint a magasabb végzettségűek. Korosztályok tekintetében a fiatalok értettek egyet ezzel a legnagyobb mértékben (207. ábra).

A fiatalok *szívesebben vesznek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl*, mint az idősebb generációk (208. ábra). A budapesti lakosok is nagyobb arányban értettek ezzel egyet, mint a más településtípuson élők. A sportolási szokások tekintetében sokkal szívesebben vesznek ilyen termékeket azok, akik sportolnak, mint akik már abbahagyták a sportolást vagy soha nem is sportoltak.

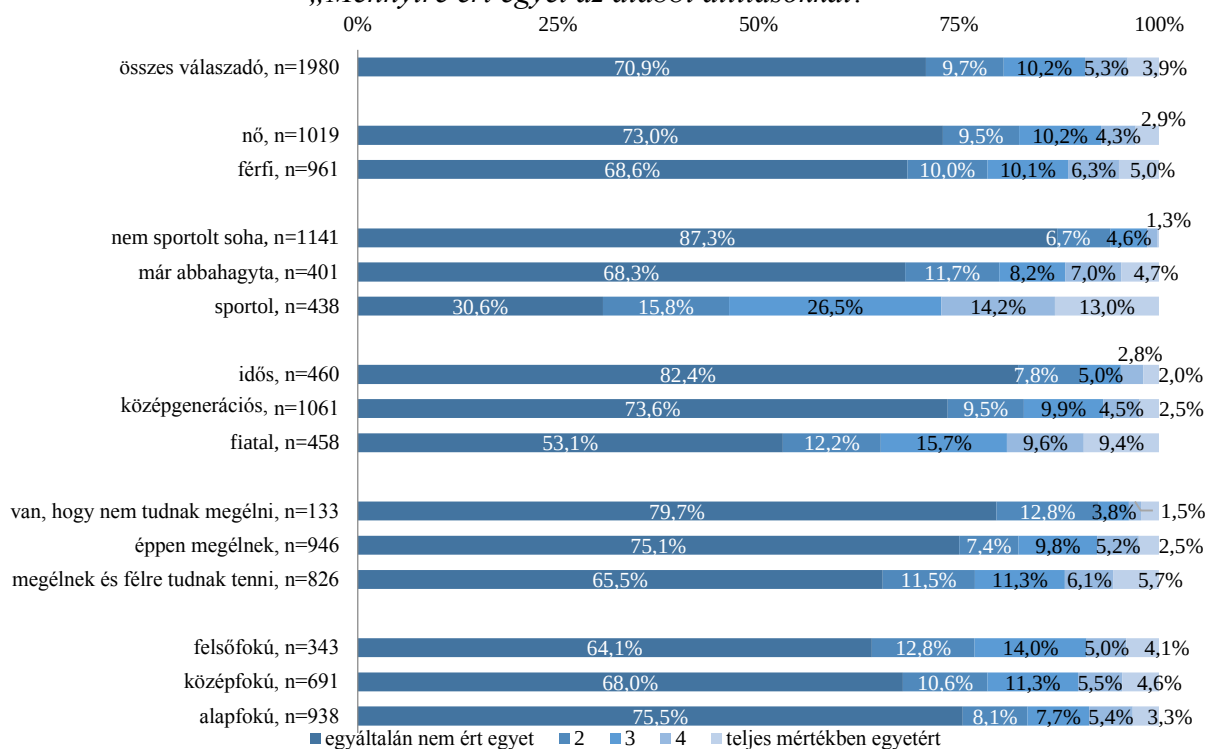
205. ábra: Attitűdállítások: A sportolás életem része – háttérellemzés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



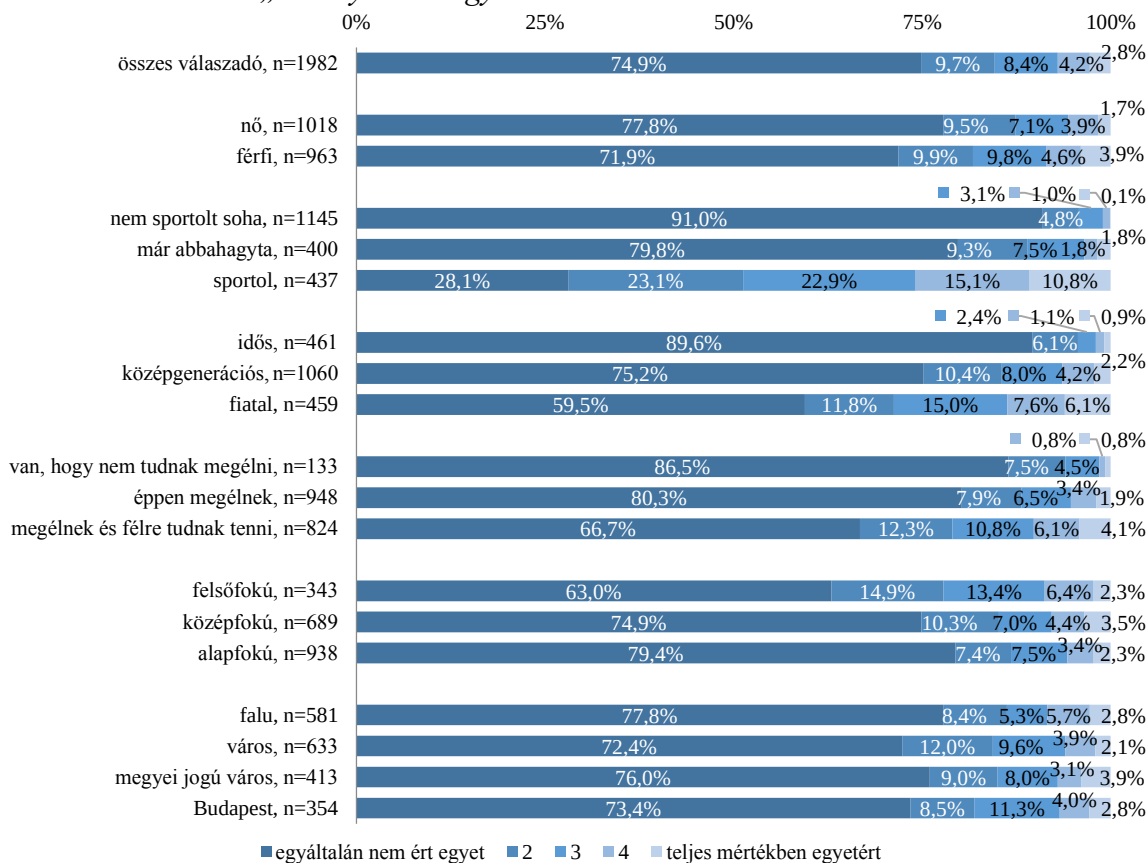
Forrás: saját szerkesztés

206. ábra: Attitűdállítások: A sportolás elvárás a környezetemben – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

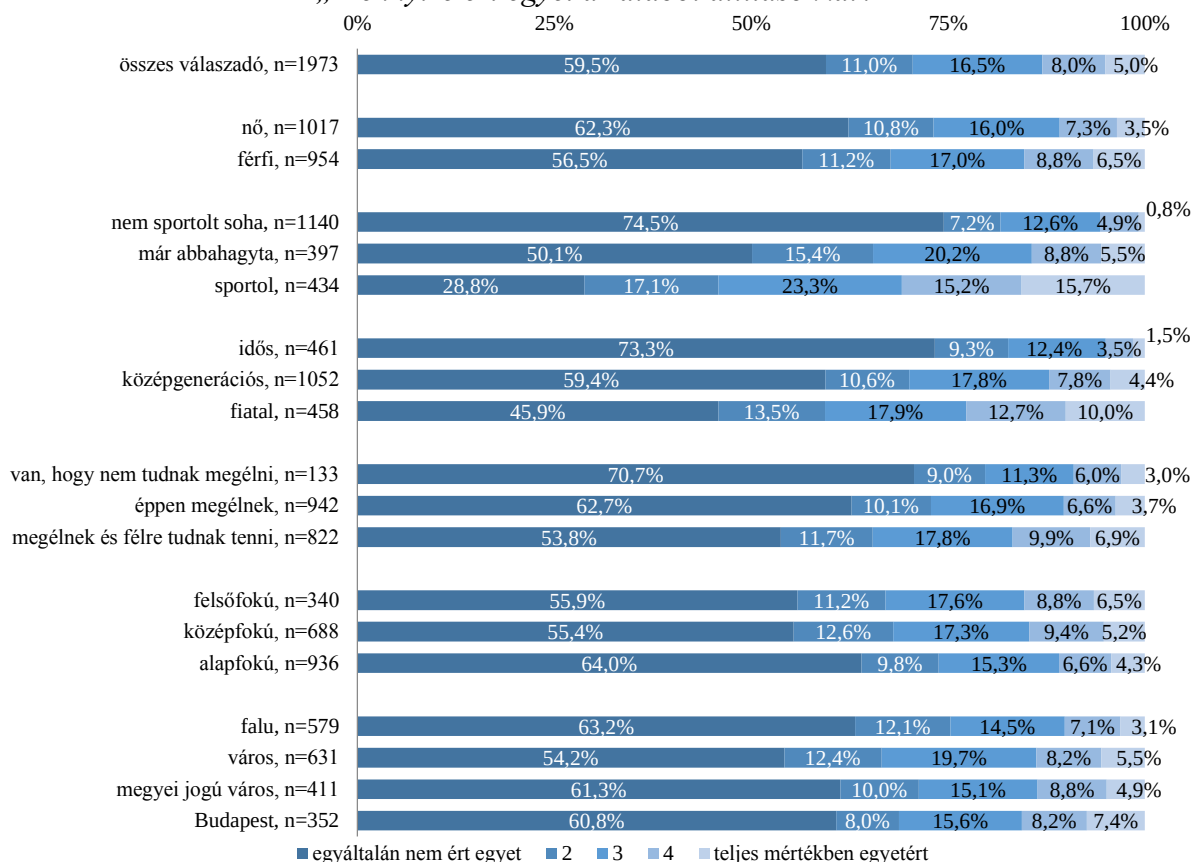
207. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sportolásra – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

208. ábra: Attitűdállítások: Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl – háttérelmezés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

Aki jelenleg is sportol, nagyobb arányban gondolja úgy, hogy *a versenysport a szórakoztatóipar része*, mint aki már abbahagyta vagy soha nem sportolt. A fiatalabbak, illetve a jó megélhetéssel rendelkezők is nagyobb arányban értenek egyet az állítással, mint az idősebbek, illetve a nehezebb körülmények közt élők. Leginkább a megyei jogú városban lakók értettek egyet azzal, hogy a versenysport a szórakoztatóipar része (209. ábra).

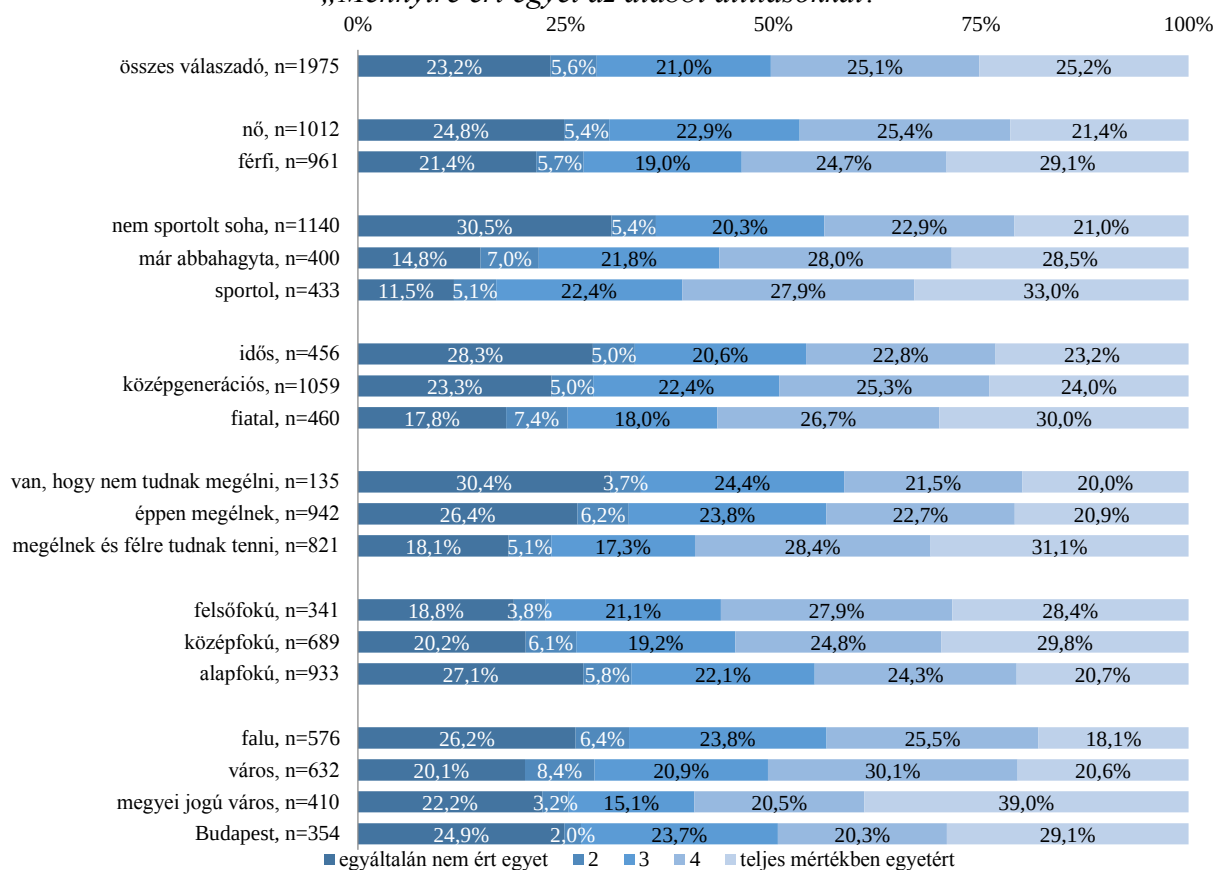
A jelenleg is sportoló válaszadók nagyobb mértékben értettek egyet azzal, hogy *egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc*, mint akik nem sportoltak soha. Felsőfokú végzettséggel rendelkezők, illetve jobb megélhetésű körülményekkel rendelkezők is nagyobb arányban vélik így, mint az alacsonyabb végzettségűek, vagy akik kevésbé tudnak megélni (210. ábra).

Az „*Örömmel veszek kedvenc sportolómhöz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat*” állítással jobban egyetértettek azok, akik sportolnak, mint azok, akik már abbahagyták a sportolást vagy soha nem is sportoltak (211. ábra). Generációk tekintetében a fiatalok értettek egyet ezzel a leginkább, míg lakhely tekintetében a városiak.

Az „*Egy sportoló igazi példakép*” állítással nagyobb arányban értettek egyet azok, akik maguk is sportolnak, mint akik nem. Végzettség tekintetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők esetében volt a legmagasabb az egyetértési arány (212. ábra).

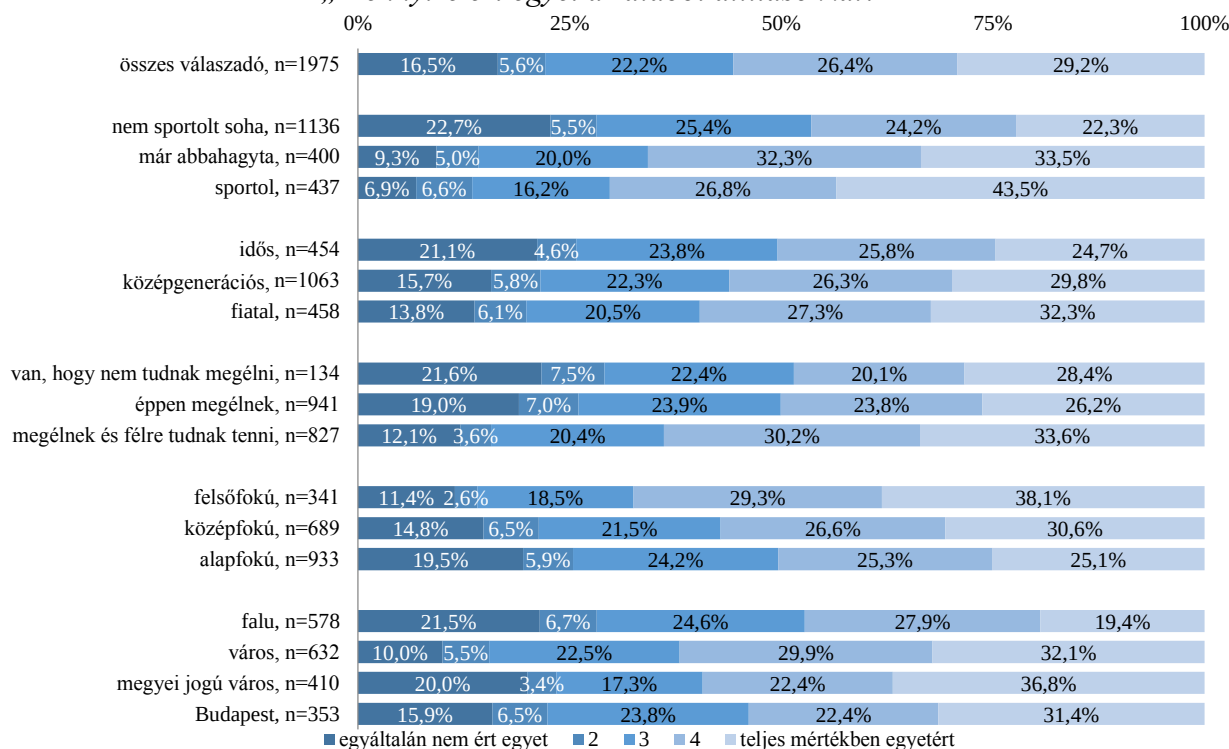
A 213. ábra alapján látható, hogy az „*Én az online sportélményeket szeretem*” állítással a fiatalok nagyobb arányban értettek egyet, és szintén nagyobb volt az egyetértés azok körében, akik sportolnak, mint azok esetében, akik nem vagy már abbahagyták azt.

209. ábra: Attitűdállítások: A versenysport a szórakoztatóipar része – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

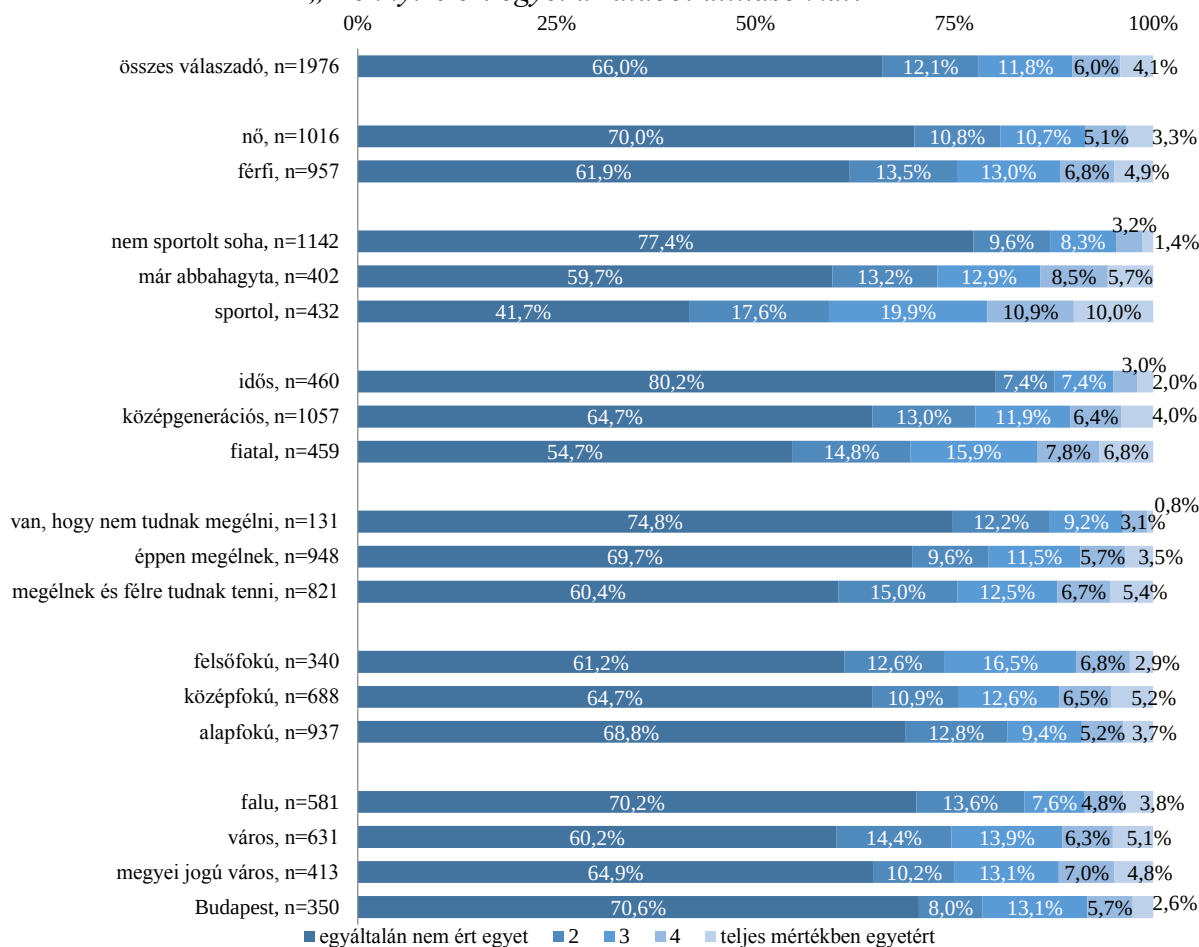
210. ábra: Attitűdállítások: Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

211. ábra: Attitűdállítások: Örömmel veszek kedvenc sportolómhoz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat – háttérelmzés

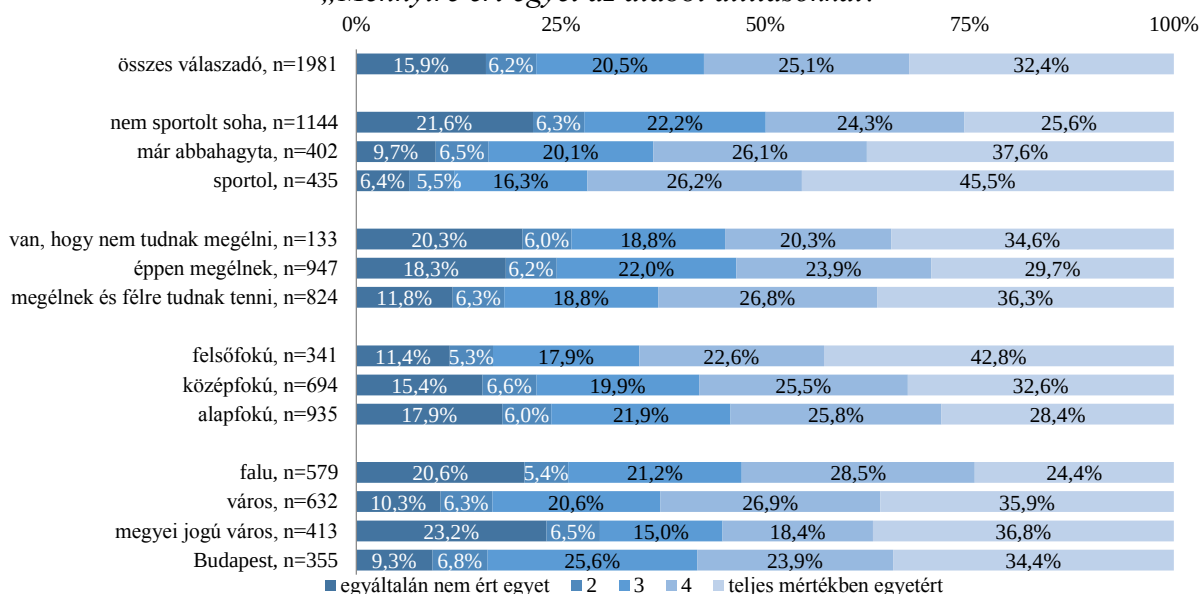
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

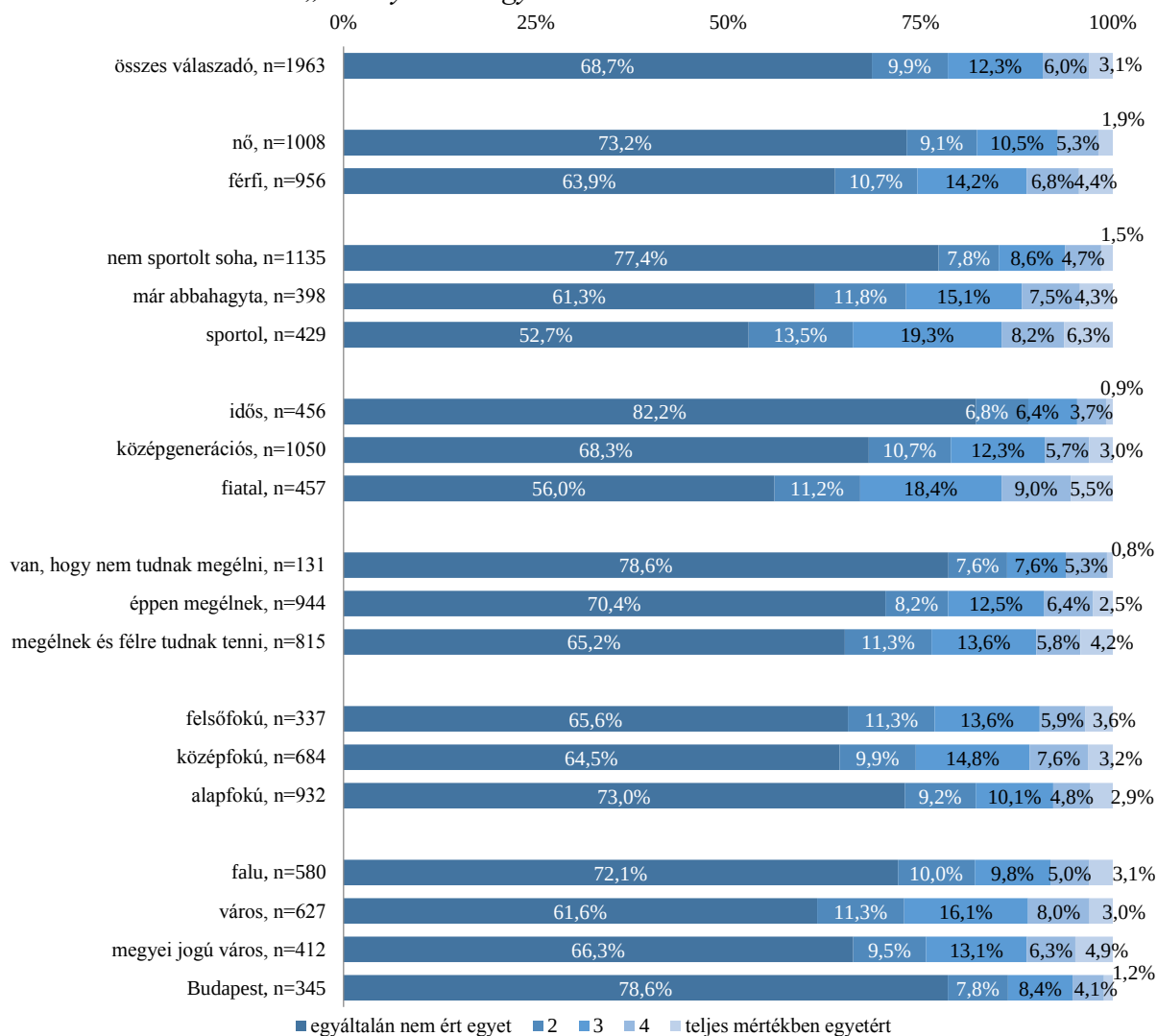
212. ábra: Attitűdállítások: Egy sportoló igazi példakép – háttérelmzés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

213. ábra: Attitűdállítások: Én az online sportélményeket szeretem – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

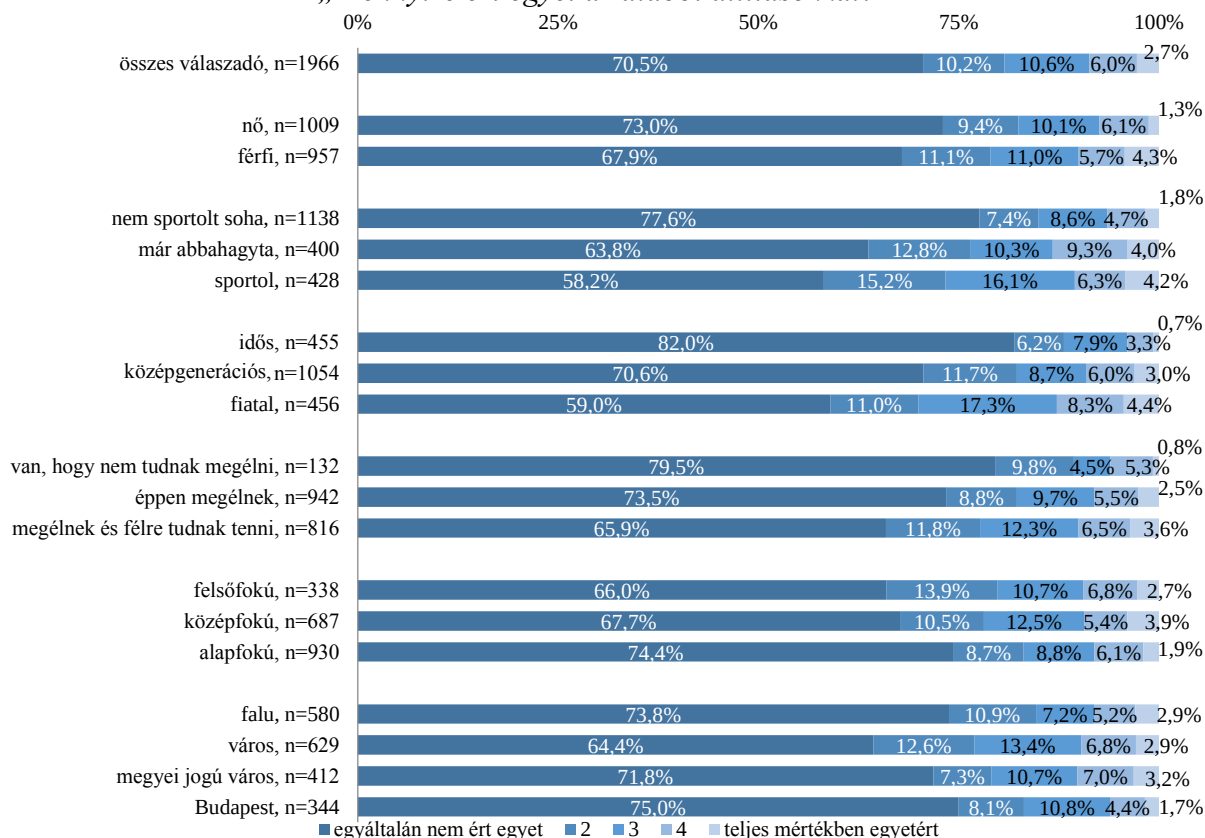
A „Csakis online követem a sporteseményeket” állítással a fiatalok, míg a sportolási szokások tekintetében azok, akik sportolnak értettek egyet a legnagyobb arányban. Végzettség tekintetében a középfokú végzettségűek jobban egyetértettek ezzel, mint az alap- vagy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (214. ábra).

A 215. ábra alapján látható, hogy a „Online követem a sporthíreket” állítás esetében a generációk közül a fiatalok, míg a sportolási szokások esetében azok, akik sportolnak értettek egyet a legnagyobb mértékben. Végzettség tekintetében a felsőfokú végzettséggel rendelkezők nagyobb mértékben értettek egyet ezzel, mint az alacsonyabb végzettséggel rendelkezők.

A „Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el” állítással kapcsolatosan általánosan magas volt az aránya, akik nem értettek vele egyet. Generációk tekintetében az idősek értettek egyet ezzel legkevésbé, míg a fiatalok leginkább (216. ábra).

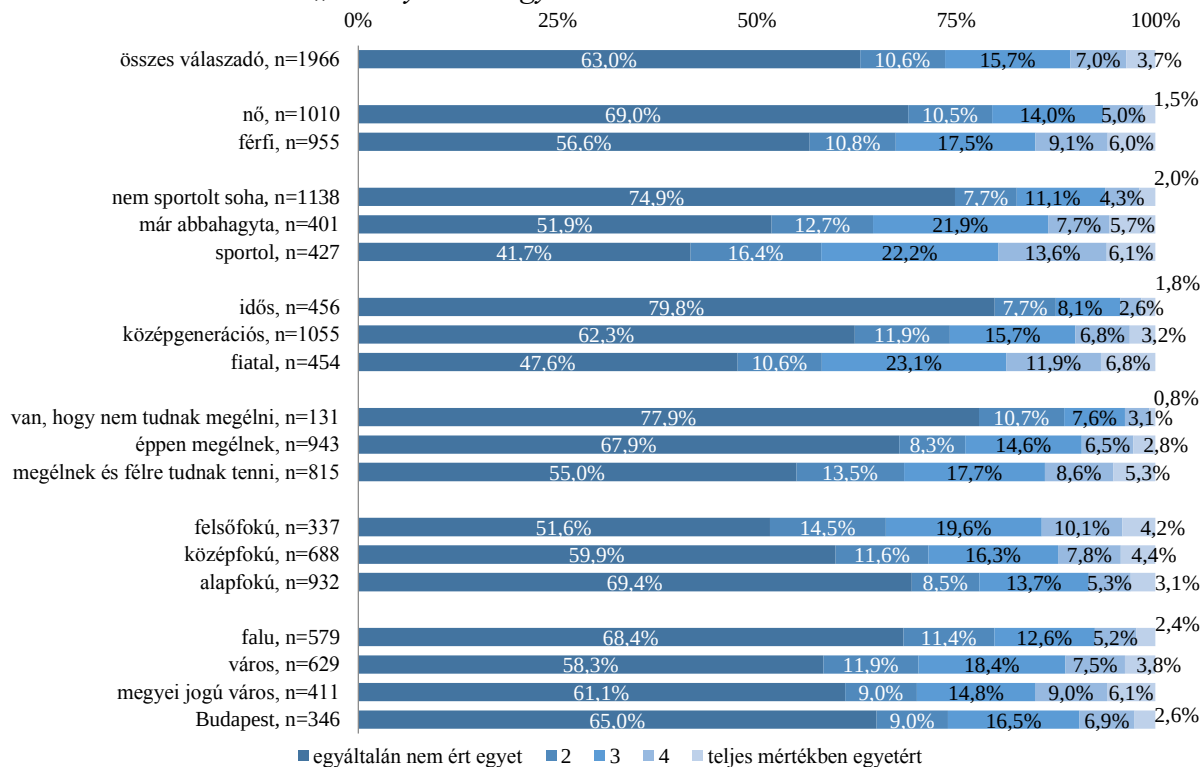
A „Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni” állítással az anyagi helyzet tekintetében a „van, hogy nem tudnak megélni” helyzetben lévők alacsonyabb arányban értettek egyet, mint az ennél jobb helyzetűek. Lakóhelyek esetében a megyei jogú városban élők értettek egyet ezzel leginkább (217. ábra).

214. ábra: Attitűdállítások: Csakis online követem a sporteseményeket – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



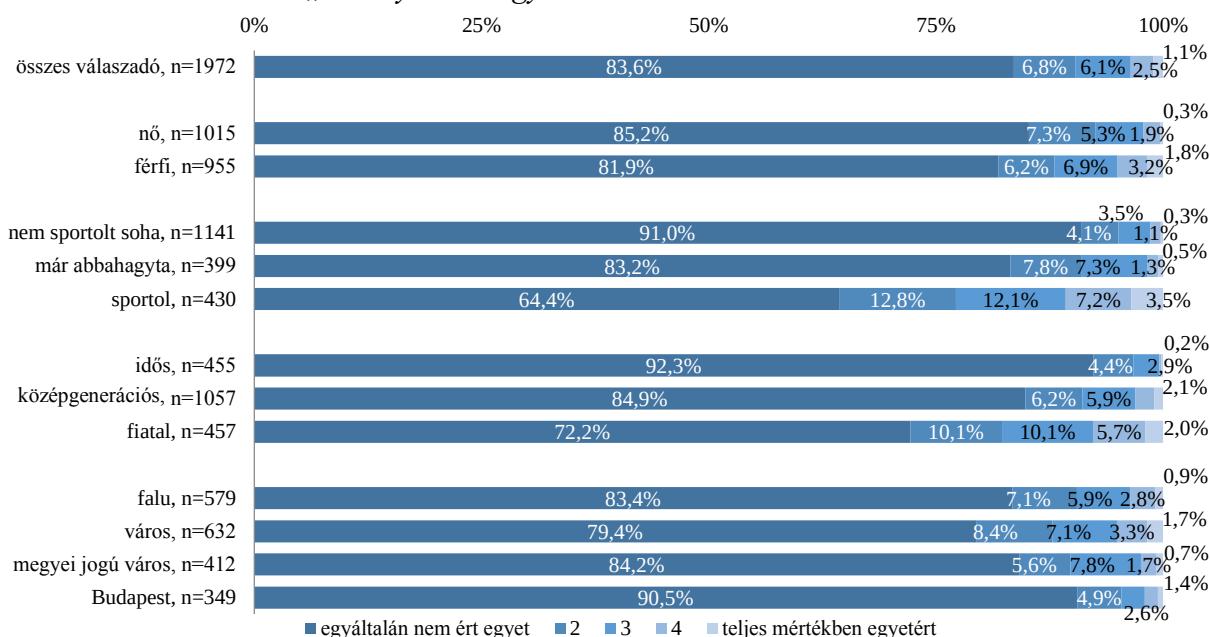
Forrás: saját szerkesztés

215. ábra: Attitűdállítások: Online követem a sporthíreket – háttérelmezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



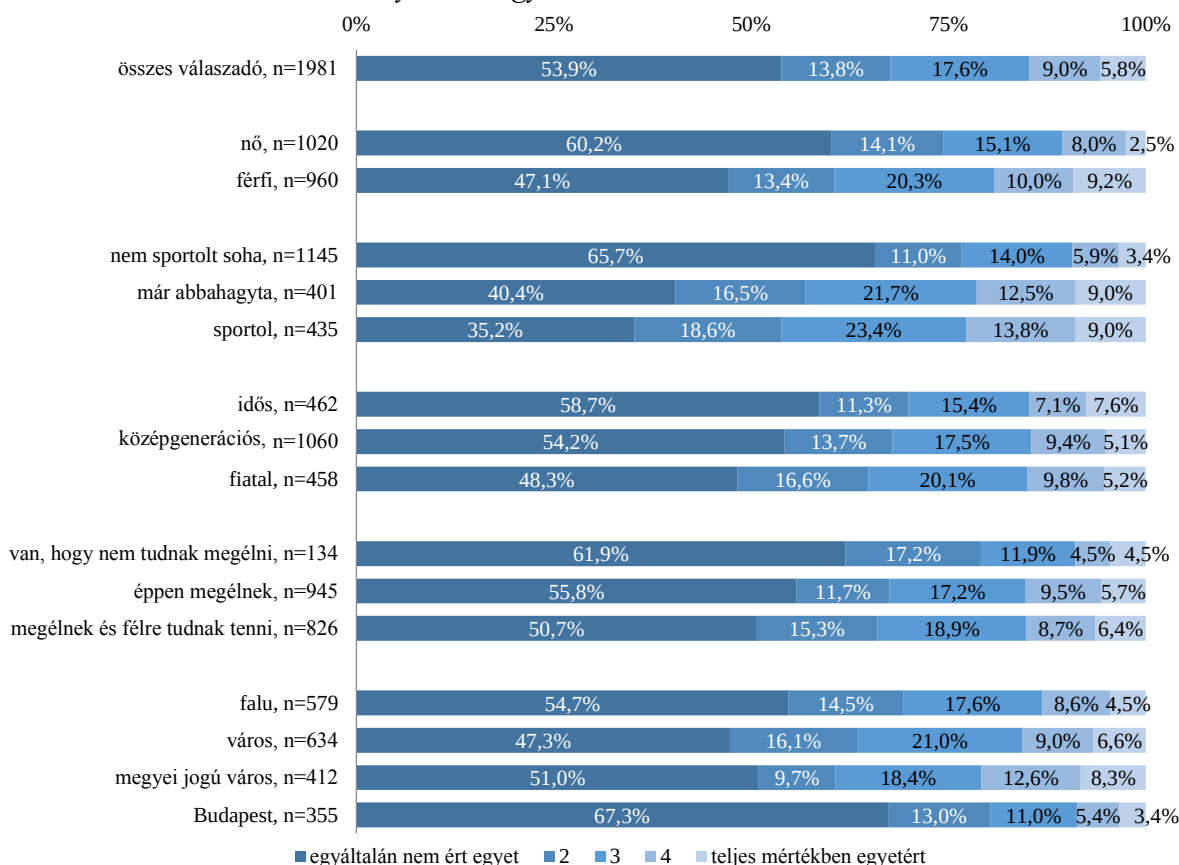
Forrás: saját szerkesztés

216. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el – háttérelvezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

217. ábra: Attitűdállítások: Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni – háttérelvezés
 „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

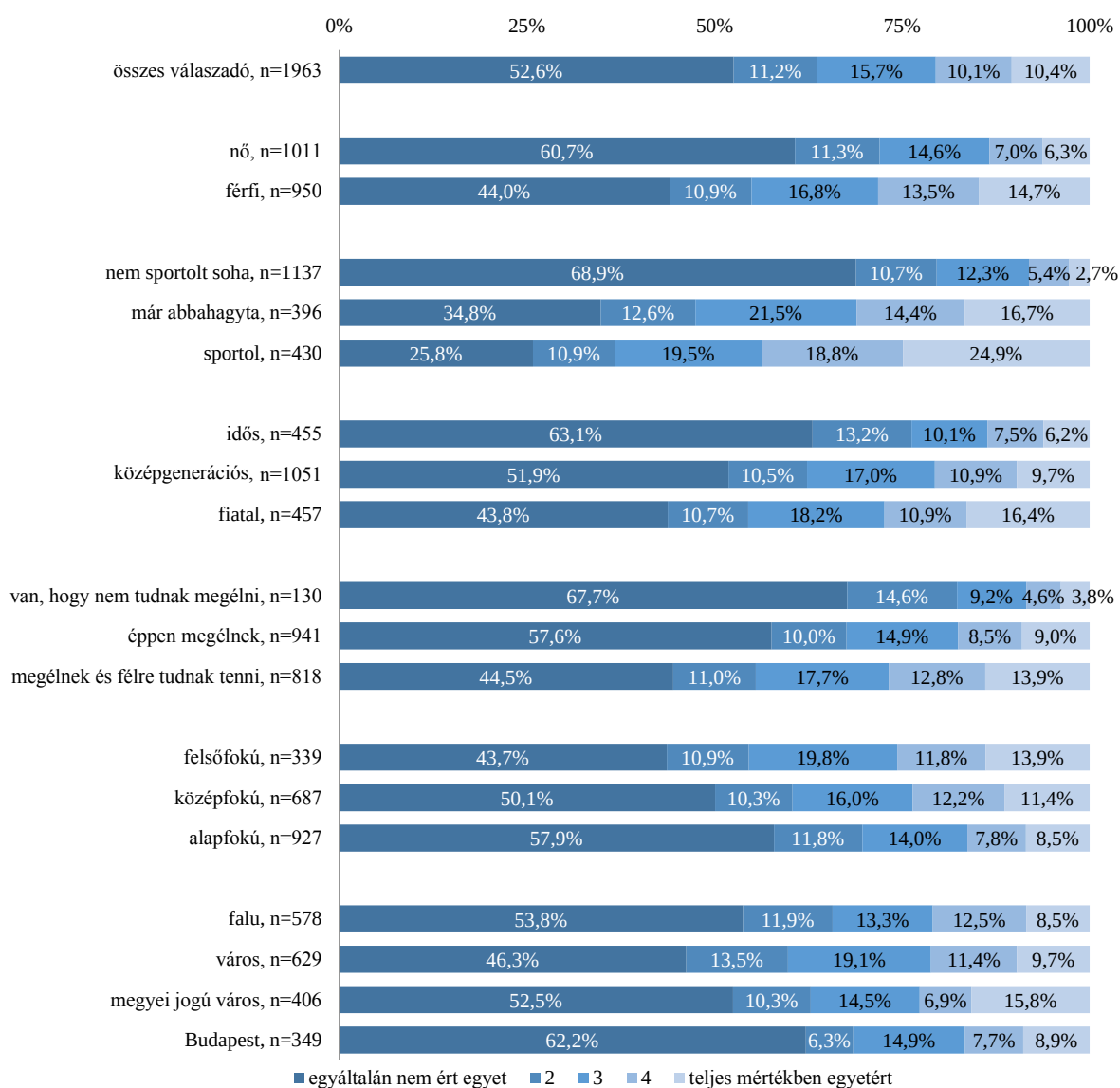
A „Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni” állítással a fiatalok nagyobb mértékben értettek egyet, mint az idősebbek. Végzettség tekintetében ezzel leginkább a felsőfokú végzettségűek, míg az anyagi helyzet esetében a „megélnék és félre is tudnak tenni” helyzetűek értettek egyet leginkább (218. ábra).

A „Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására” állítással jobban egyetértettek azok, akik sportolnak, mint akik már abbahagyták azt vagy soha nem is sportoltak. Generációk esetében a fiatalok értettek ezzel egyet nagyobb mértékben (219. ábra).

„A sportolás nagyon drága” állítással a „van, hogy nem tudnak megélni” anyagi helyzetben lévők nagyobb arányban értettek egyet, mint a náluk jobb helyzetűek. A sportolási szokások tekintetében a nagyobb mértékben értettek ezzel egyet azok, akik sportoltak, de már abbahagyták azt, mint akik sportolnak jelenleg is (220. ábra).

218. ábra: Attitűdállítások: Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni – háttérelemzés

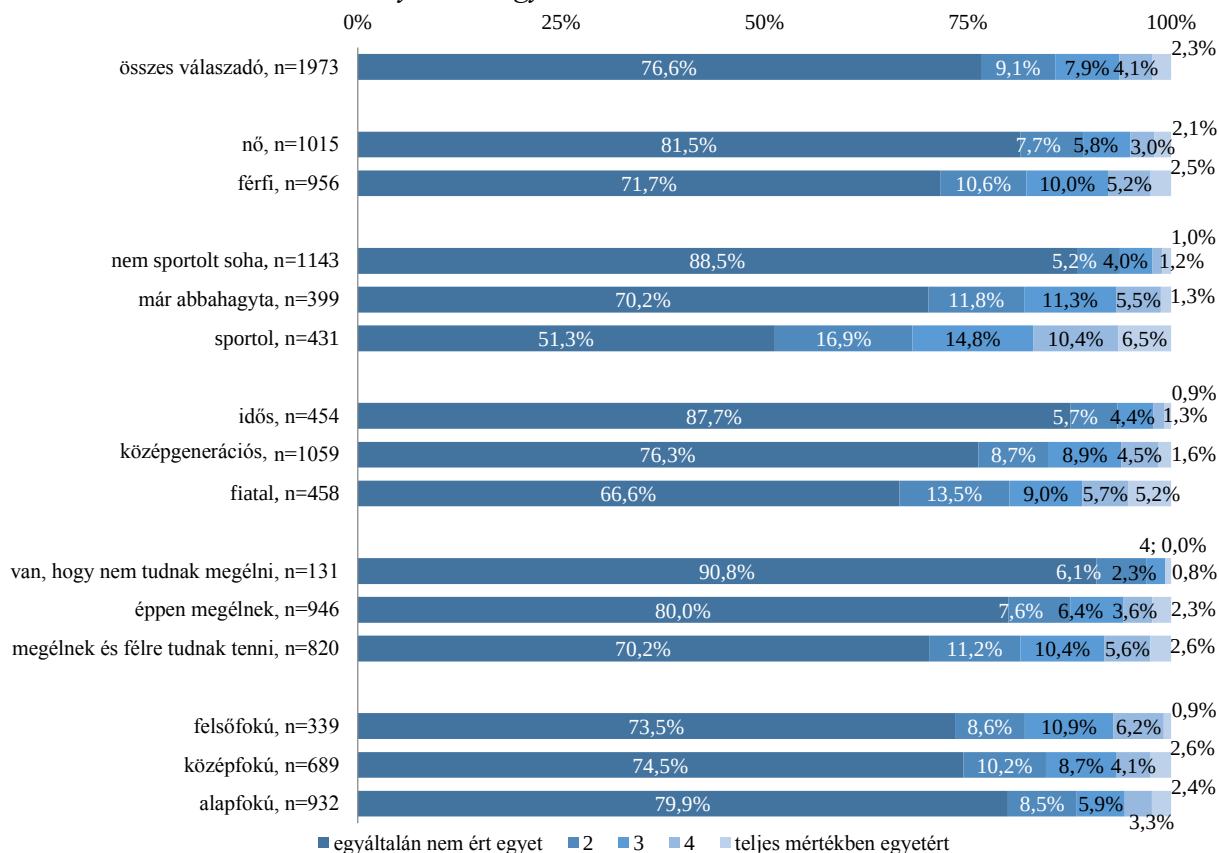
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

219. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására – háttérelmzés

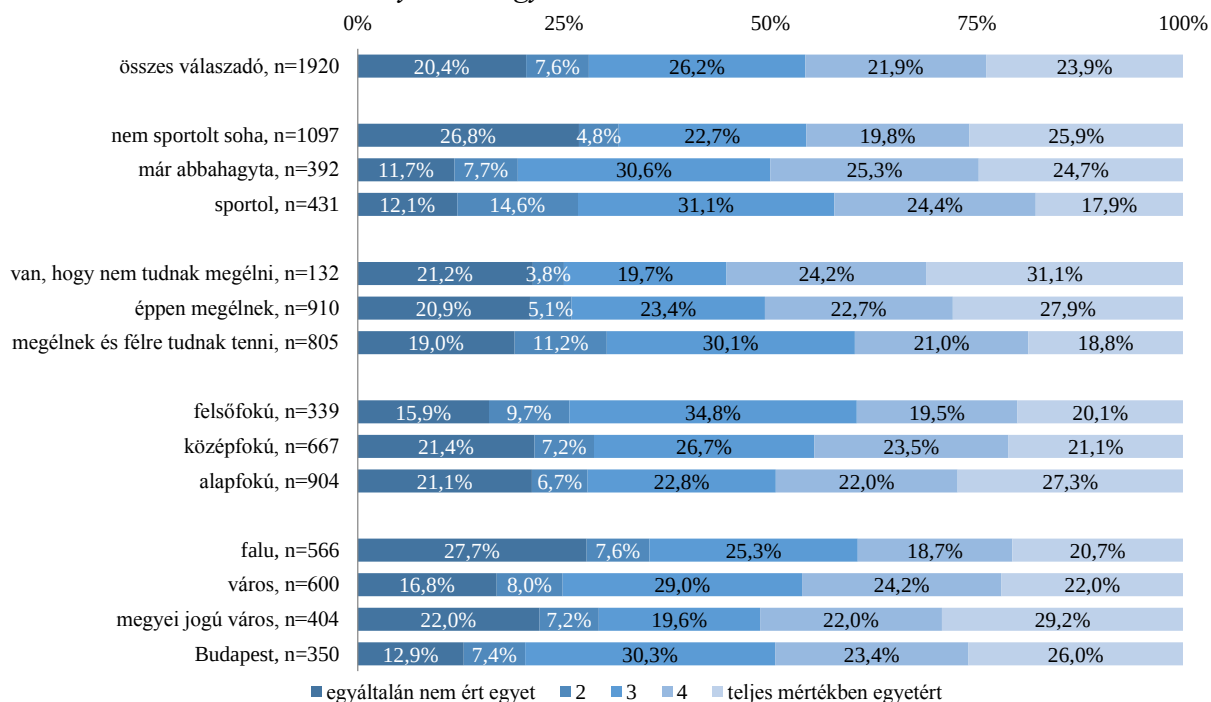
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

220. ábra: Attitűdállítások: A sportolás nagyon drága – háttérelmzés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

„A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök” állítással sokkal nagyobb mértékben értettek egyet azok, akik sportolnak, mint akik már abbahagyták azt vagy soha nem is sportoltak. Generációk tekintetében ezzel a fiatalok, míg végzettségek esetében a felsőfokú végzettségűek értettek egyet leginkább (221. ábra).

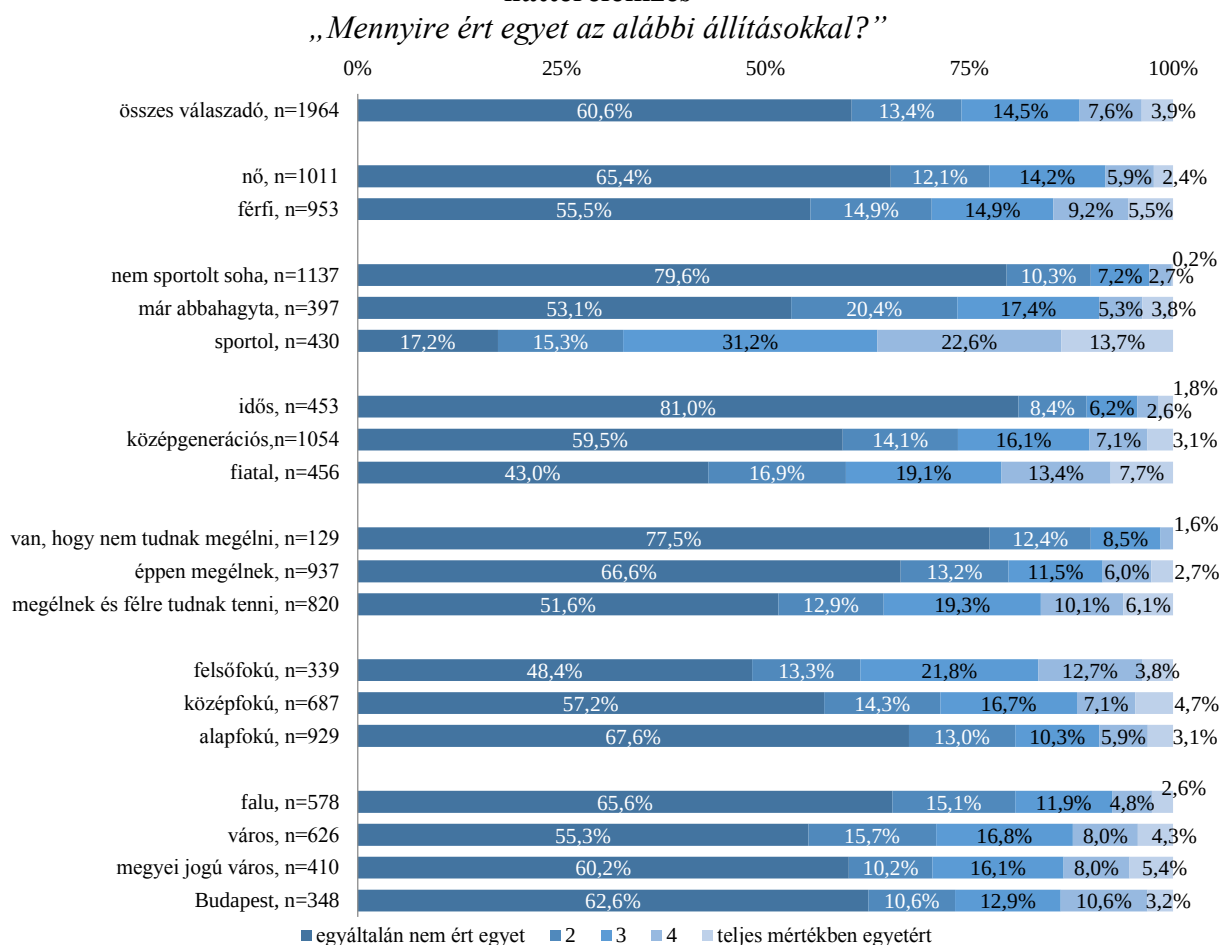
A „Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra” állítás esetében a fiatalok nagyobb arányban értettek egyet, mint a középgeneráció tagjai és az idősök (222. ábra). Az ábrához kapcsolódó teljes adatsor a 10. mellékletben található.

„A sportolásból élek” állítással a faluban és városban élők nagyobb mértékben értettek egyet, mint a megyei jogú városban vagy a Budapesten lakók. Generációk tekintetében a fiatalok körében volt a legmagasabb az egyetértési arány (223. ábra).

A „Sport teljesítménnyel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek” állítással kapcsolatosan általánosan nagyon magas volt azok aránya, kik nem értettek egyet vele (224. ábra). Generációk esetében az idősök értettek egyet ezzel a legkisebb mértékben, míg a fiatalok a leginkább. A kapcsolódó teljes adatsor az 11. mellékletben található.

A „A sporthoz kapcsolódik a munkám” állítással a fiatalok jobban egyetértettek, mint a középgenerációsok és az idősök (225. ábra). Anyagi helyzet esetén a „megélnék és félre tudnak tenni” helyzetűek nagyobb arányban értettek ezzel egyet, mint a náluk jobb helyzetben lévők.

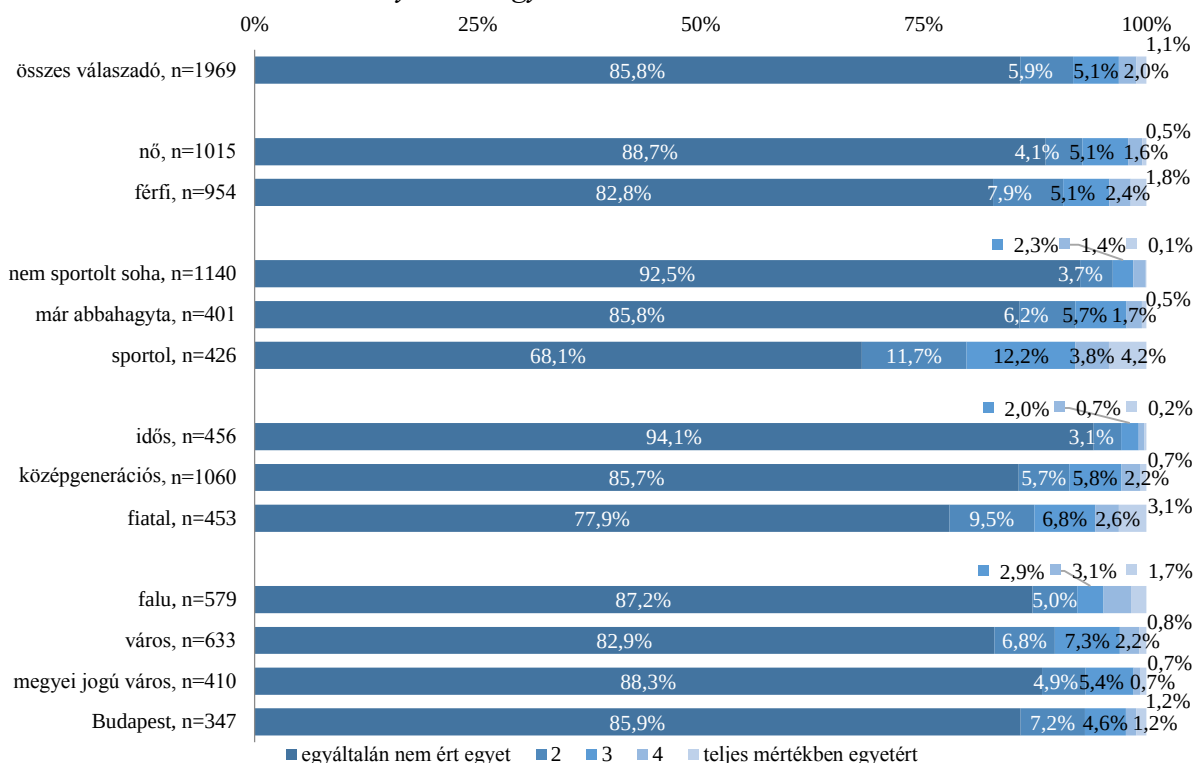
221. ábra: Attitűdállítások: A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök – háttérelmezés



Forrás: saját szerkesztés

222. ábra: Attitűdállítások: Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra – háttérelmzés

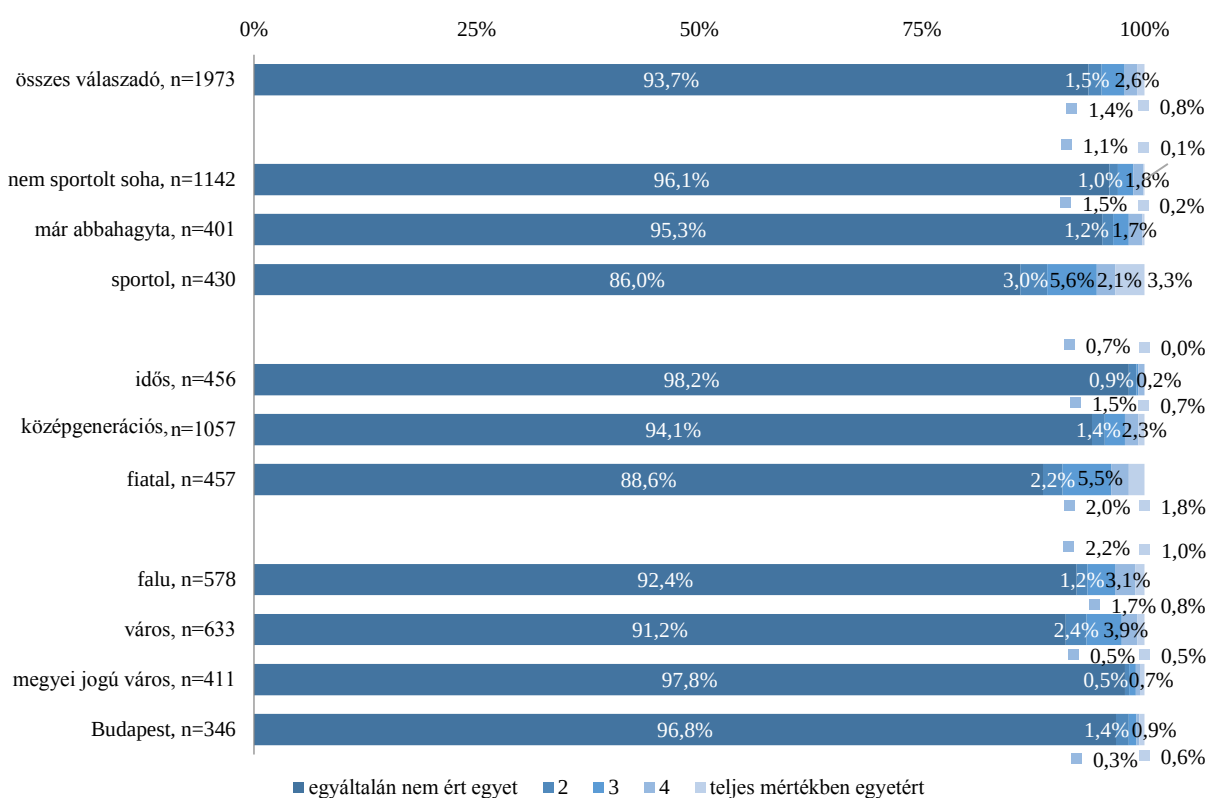
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

223. ábra: Attitűdállítások: A sportolásból élek – háttérelmzés

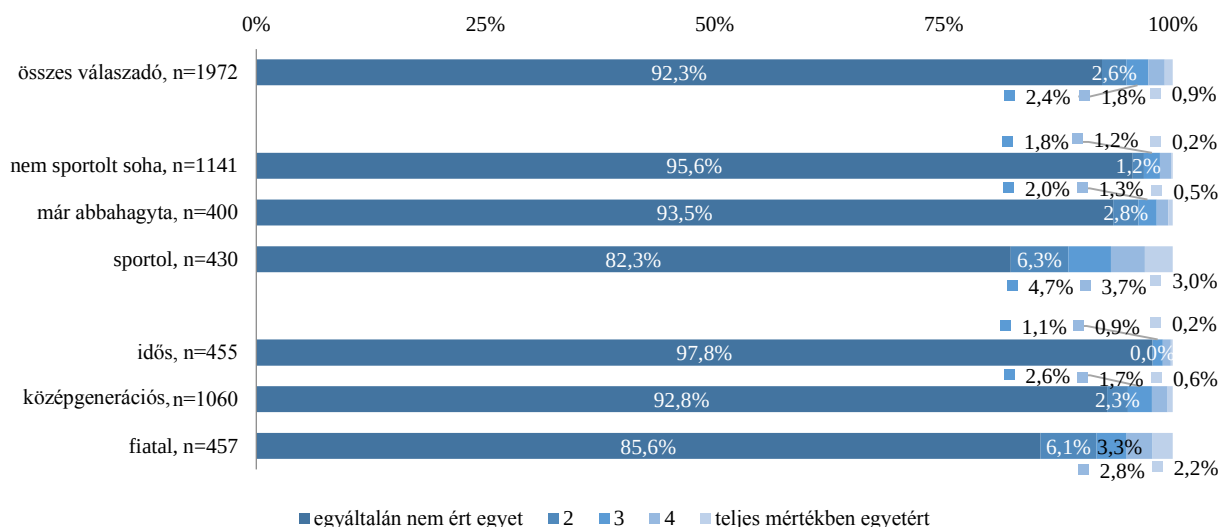
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

224. ábra: Attitűdállítások: Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek – háttérlelemzés

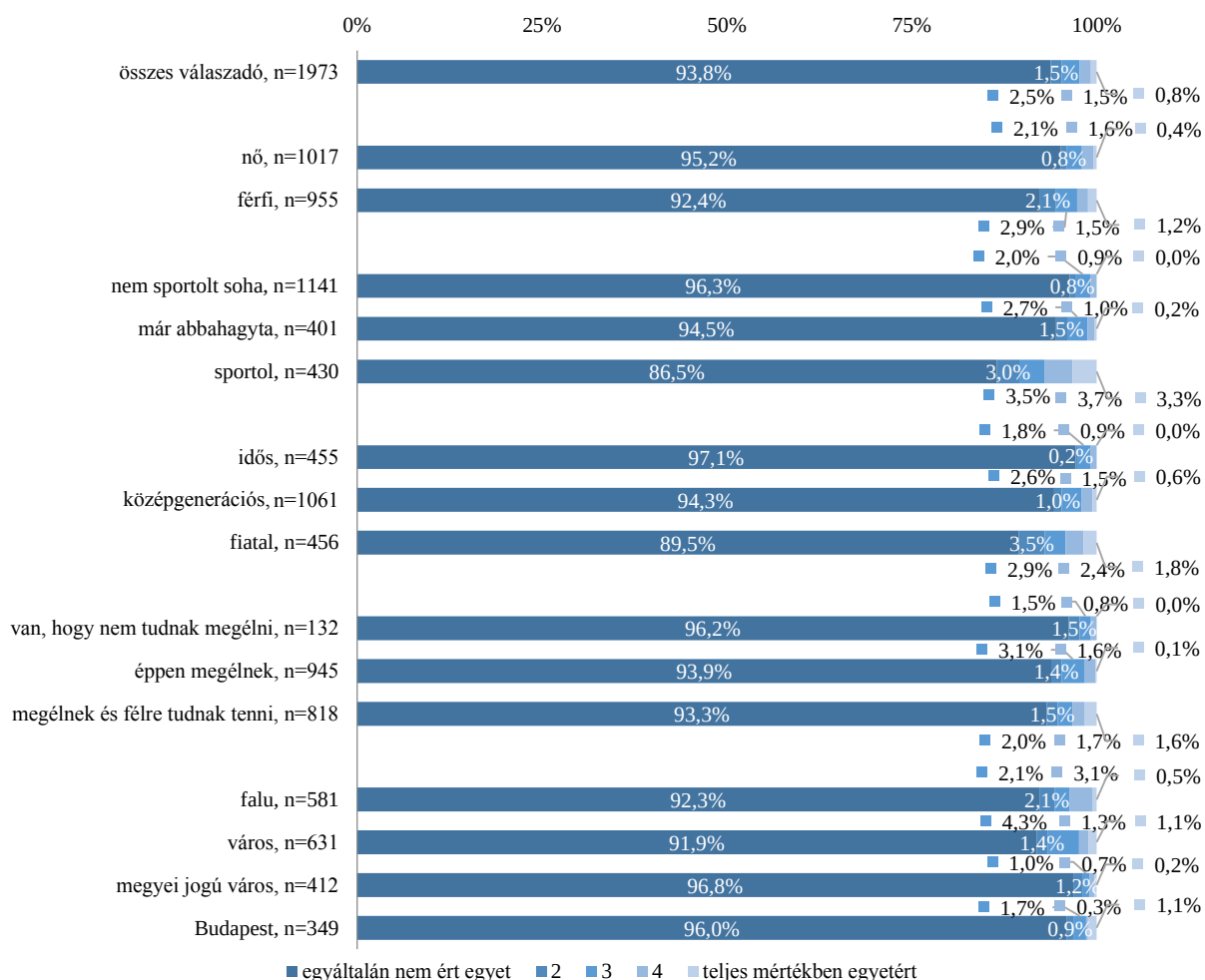
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

225. ábra: Attitűdállítások: A sporthoz kapcsolódik a munkám – háttérlelemzés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”



Forrás: saját szerkesztés

4.7. Szurkolói magatartás

A vizsgálatunkból kiderült, hogy a megyei jogú városban élők nagyobb arányban *szurkolnak sport csapatoknak*, mint a más településtípuson élők. Sportolási szokások tekintetében legnagyobb arányban azokra jellemző ez, akik ugyan sportoltak, de már abbahagyták. Azokra, akik jelenleg is sportolnak, ennél kisebb arányban jellemző a sport csapatoknak történő szurkolás, míg ez legkevésbé azokra jellemző, akik soha nem is sportoltak (226. ábra).

A „*kemény maghoz tartozom*” állítással azok értettek egyet leginkább, akik sportolnak, azokhoz képest, akik már ezt abbahagyták, illetve soha nem is sportoltak. Generációk esetében a fiatalok értettek ezzel egyet a legnagyobb mértékben (227. ábra).

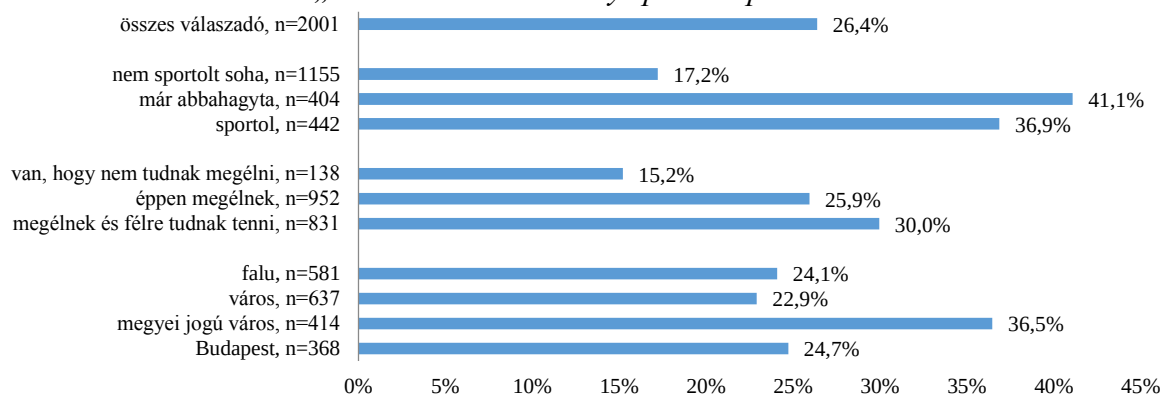
A „*tagja vagyok a drukkoló csapatnak*” állítással a fiatalok nagyobb mértékben egyetértettek, továbbá sportolási szokások tekintetében nagyobb volt az egyetértés azok körében, akik sportolnak, mint akik már abbahagyták a sportolást vagy soha nem is sportoltak (228. ábra).

Az „*amikor csak lehet, megyek velük eseményekre*” állítással jobban egyetértettek azok, akik sportolnak, mint akik már abbahagyták azt vagy soha nem is sportoltak (229. ábra).

A 230. ábra alapján látható, hogy a „*barátaimmal a csapat miatt rendszeresen találkozunk*” állítással a fiatalok, illetve azok értettek egyet a legnagyobb mértékben, akik sportolnak.

226. ábra: Szurkolás sport csapatoknak – háttérelvezés

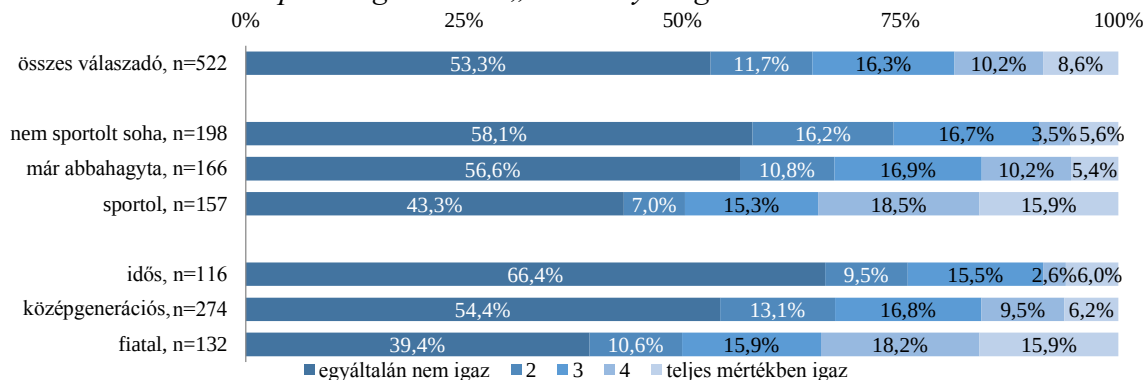
„Szurkol-e Ön valamely sport csapatnak?”



Forrás: saját szerkesztés

227. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés I.

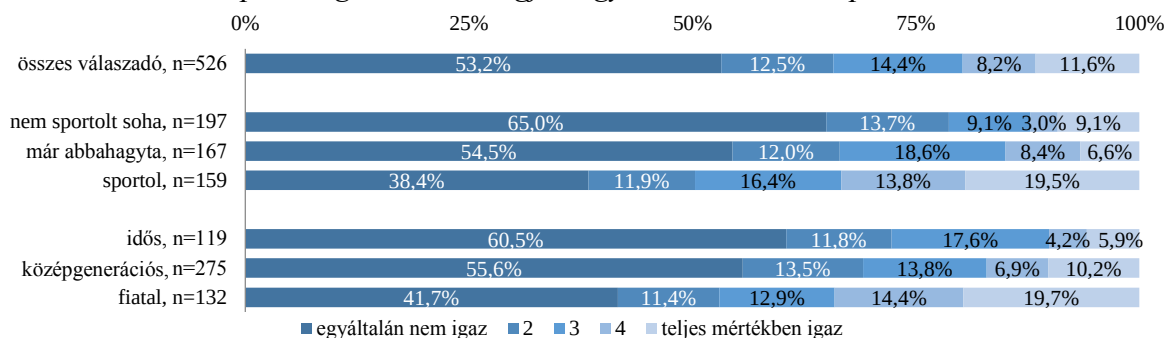
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – „a kemény maghoz tartozom”



Forrás: saját szerkesztés

228. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérellemzés II.

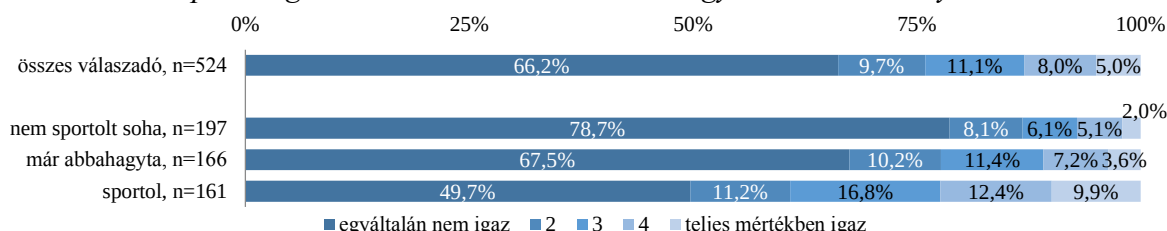
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – „tagja vagyok a drukkoló csapatnak”



Forrás: saját szerkesztés

229. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérellemzés III.

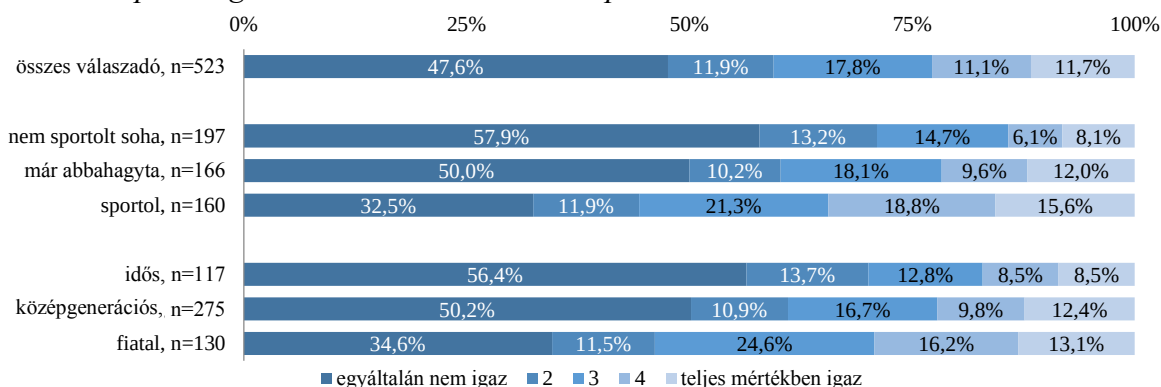
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – amikor csak lehet, megyek velük eseményekre”



Forrás: saját szerkesztés

230. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérellemzés IV.

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – barátaimmal a csapat miatt rendszeresen találkozunk”



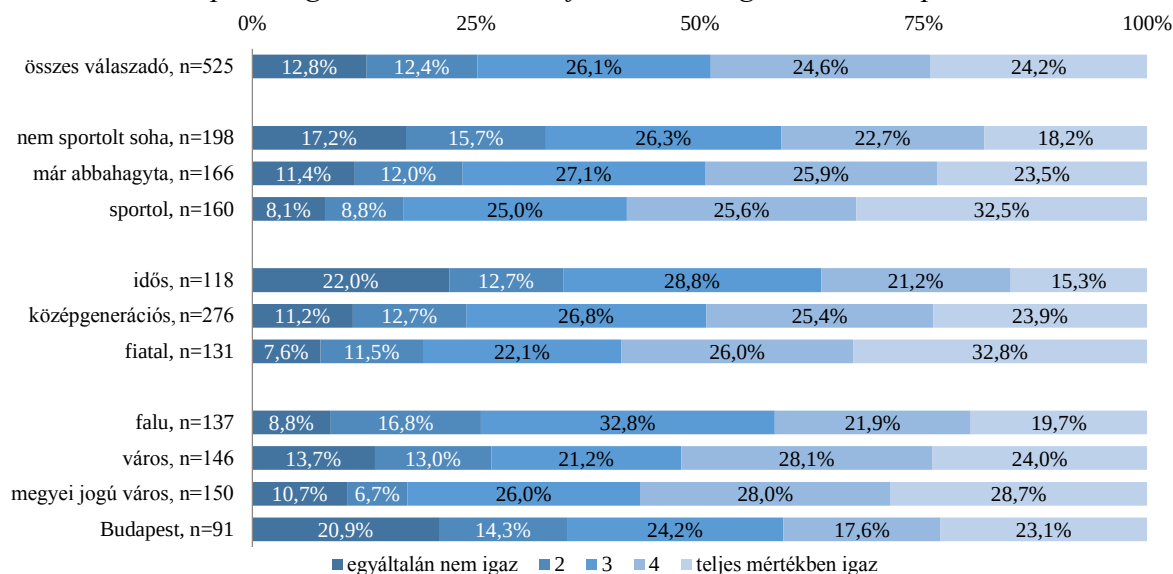
Forrás: saját szerkesztés

A „minden információt megszerzek a csapatról” állítással a fiatalok jobban egyetértettek, emellett, a lakóhely esetében a megyei jogú városban élők értettek ezzel egyet a leginkább, míg sportolási szokások tekintetében azok, akik sportolnak (231. ábra).

A 232. ábra alapján látható, hogy a „rendszeresen követem őket az interneten” állítással a fiatalok sokkal nagyobb mértékben értettek egyet, mint a náluk idősebb generációk. Anyagi helyzet tekintetében azok értettek egyet leginkább, akik megélnek és félre is tudnak tenni.

231. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés V.

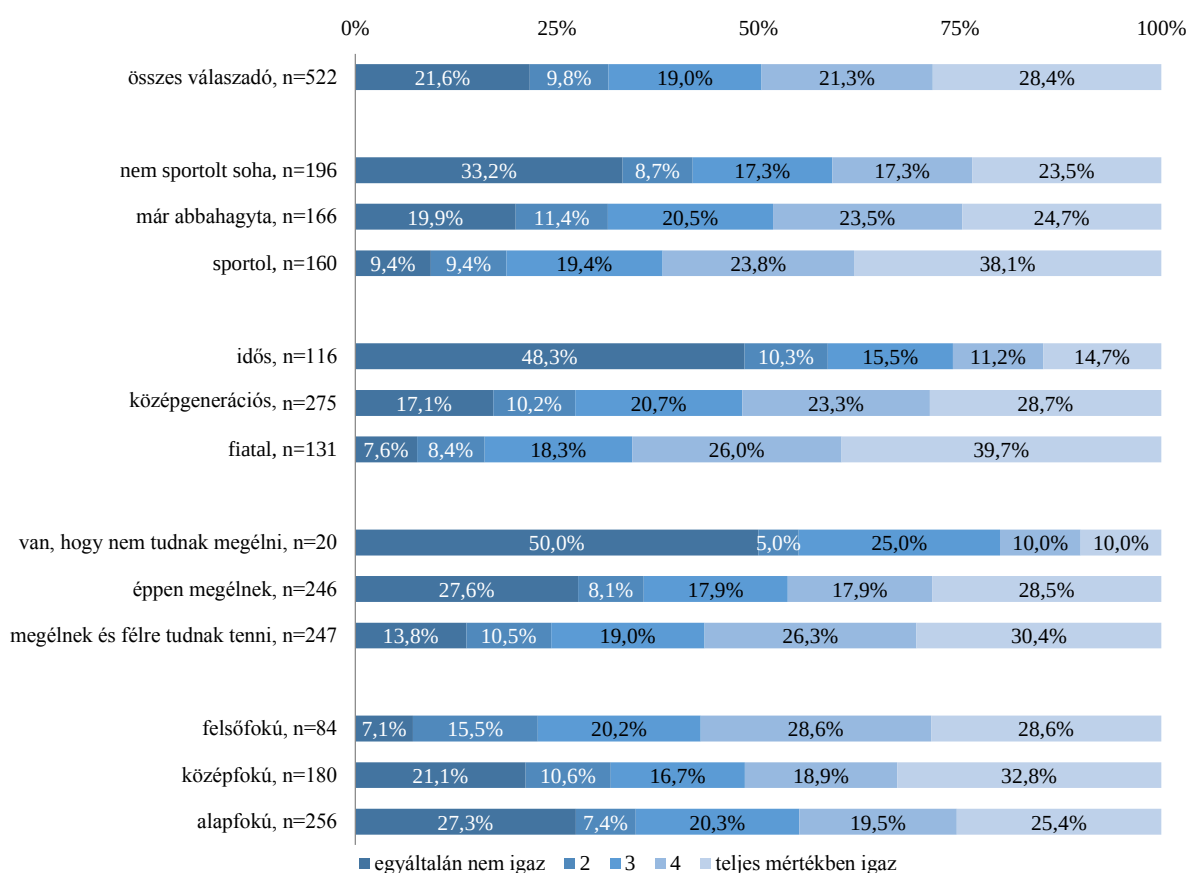
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – minden információt megszerzek a csapatról”



Forrás: saját szerkesztés

232. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés VI.

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – rendszeresen követem őket az interneten”



Forrás: saját szerkesztés

A „más csapatok drukkere is vagyok” állítással a városban és a megyei jogú városban élők nagyobb mértékben egyetértettek, mint a budapestiek és a falusiak. A sportolási szokások esetében azok, akik sportolnak, jobban egyetértettek ezzel, mint akik már abbahagyták a sportolást vagy soha nem is sportoltak (233. ábra).

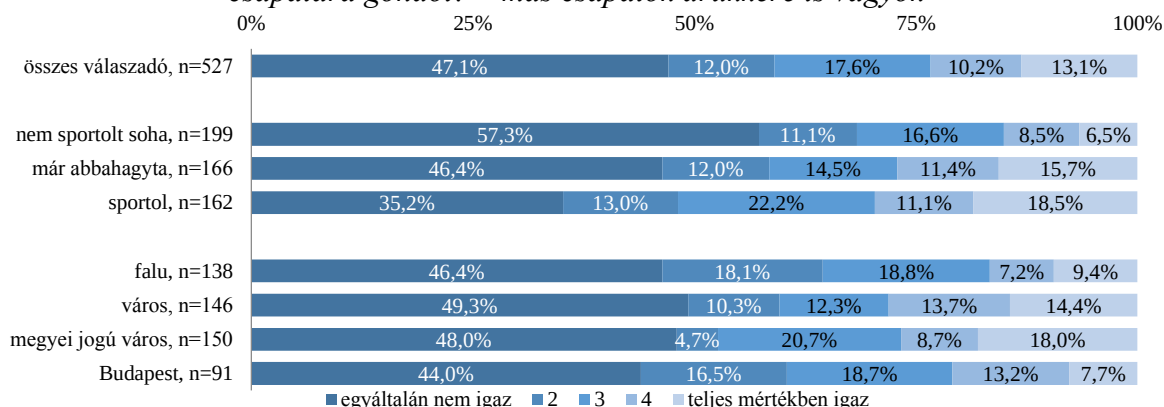
A „messziről látszik, melyik csapatnak drukkolok” állítással a fiatalok jobban egyetértettek, mint a középgenerációsok és az idősek. A sportolási szokások tekintetében azok értettek egyet leginkább, akik sportolnak (234. ábra)

Akik sportolnak és azok, akik már abbahagyták a sportolást, sokkal nagyobb arányban *szurkolnak egyéni sportolónak*, mint akik nem sportoltak soha (235. ábra). A felsőfokú végzettségűekre is nagyobb mértékben jellemző ez, mint a közép- vagy alacsonyfokú végzettségűekre.

A 236. ábra alapján látható, hogy az „amikor csak lehet, megyek a versenyekre, a vele kapcsolatos eseményekre” állítással a megyei jogú városban élők sokkal nagyobb mértékben egyetértettek, mint a más településtípuson élők. Sportolási szokások tekintetében sokkal kisebb mértékben értettek egyet ezzel azok, akik soha nem sportoltak, mint akik sportolnak vagy sportoltak, de már abbahagyták.

233. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés VII.

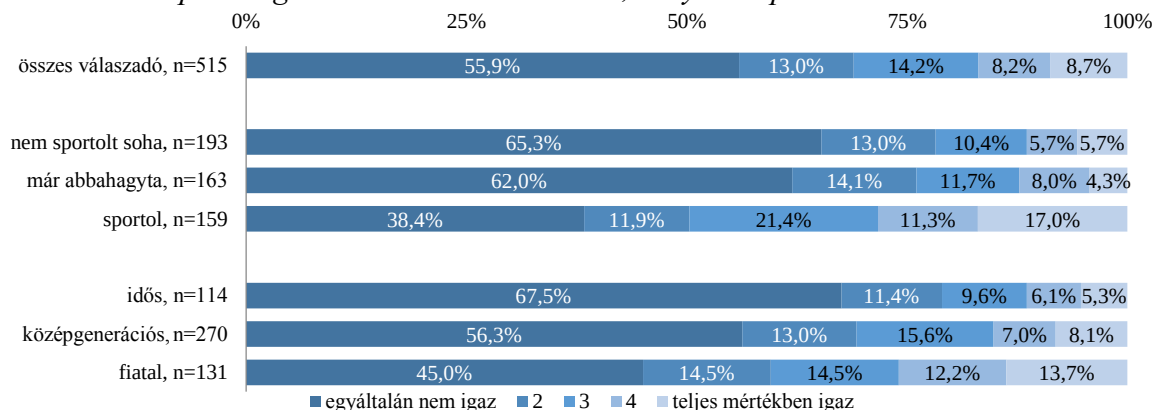
„Mennyire tartja magát kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – más csapatok drukkere is vagyok”



Forrás: saját szerkesztés

234. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés VIII.

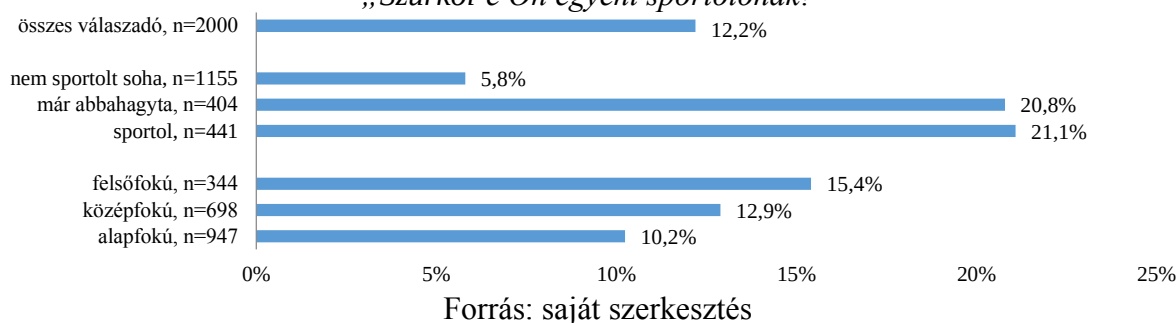
„Mennyire tartja magát kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc csapatára gondol? – messziről látszik, melyik csapatnak drukkolok”



Forrás: saját szerkesztés

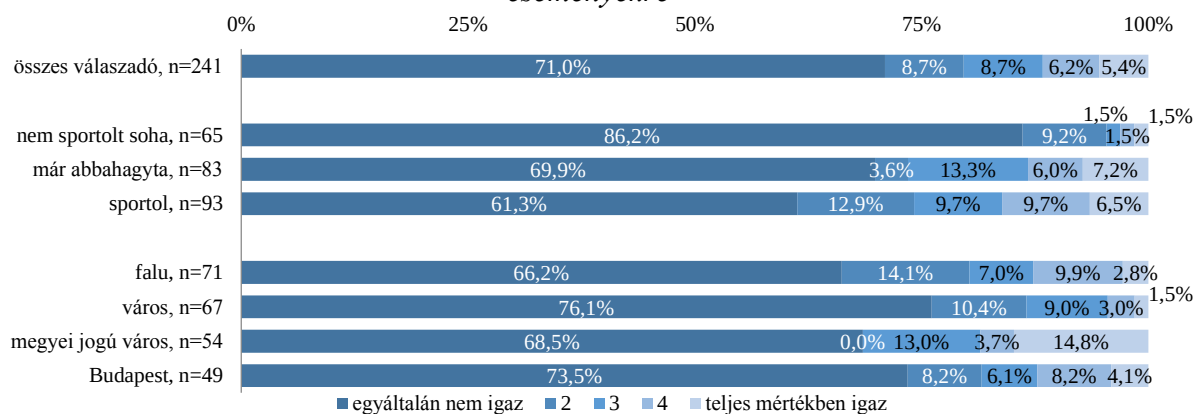
235. ábra: Szurkolás egyéni sportolónak – háttérelmzés

„Szurkol-e Ön egyéni sportolónak?”



236. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmzés I.

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – amikor csak lehet, megyek a versenyekre, a vele kapcsolatos eseményekre”



A „tagja vagyok a drukkoló közösségének” állítással a megyei jogú városban élők nagyobb mértékben értettek egyet, mint a más településtípuson lakók. Generációk esetében a fiatalok értettek egyet leginkább ezzel (237. ábra).

A „tagja vagyok az internetes drukkoló közösségének” állítással a fiatalok sokkal nagyobb mértékben értettek egyet, mint a középgenerációsok vagy az idősek (238. ábra).

A „minden információt megszerzek róla” állítással a fiatalok nagyobb mértékben értettek egyet, mint a középgenerációsok vagy az idősek. A lakóhely tekintetében a megyei jogú városban lakók értettek egyet a legnagyobb mértékben (239. ábra).

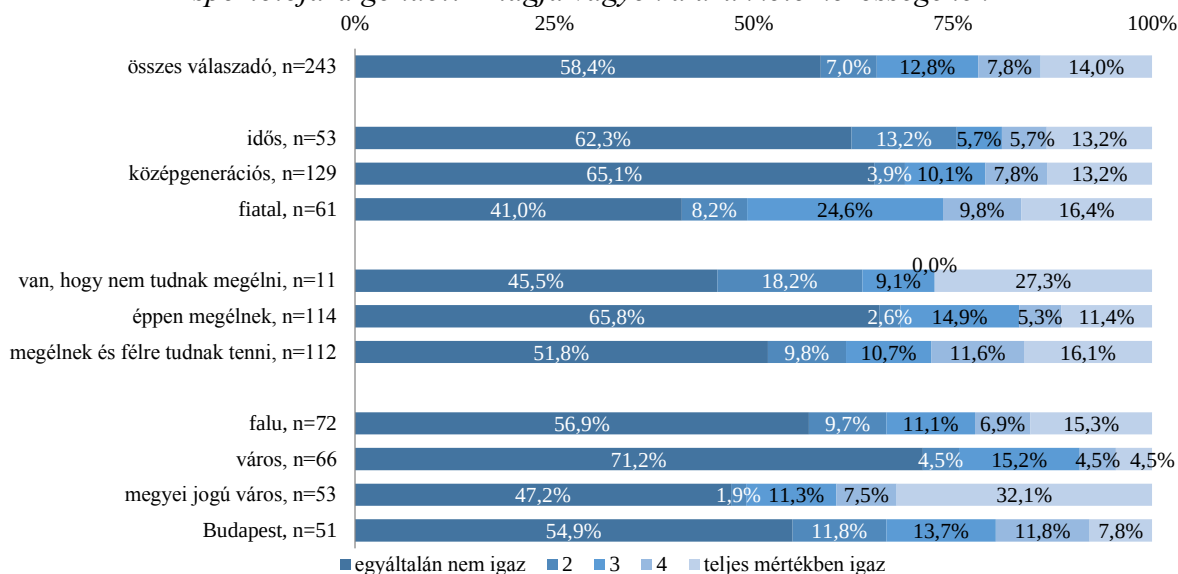
A „rendszeresen követem az interneten” állítással a fiatalok jobban egyetértettek, mint a náluk idősebb generációk (240. ábra). Sportolási szokások tekintetében azok értettek egyet ezzel leginkább, akik sportolnak.

A „szoktam róla barátaimmal beszélgetni” állítás esetében azok, akik sportolnak és azok, akik sportoltak, de már abbahagyták azt, nagyobb mértékben egyetértettek, mint akik nem sportoltak soha (241. ábra).

A „példaképnek tekintem” állítással jobban egyetértettek azok, akik sportolnak és akik sportoltak, de már abbahagyták azt, mint akik nem sportoltak soha (242. ábra). Lakóhelyek esetében a megyei jogú városban lakók értettek egyet ezzel leginkább.

237. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés II.

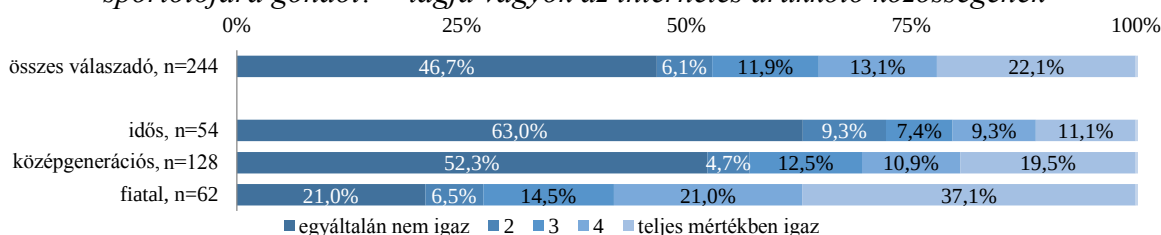
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – tagja vagyok a drukkoló közösségének”



Forrás: saját szerkesztés

238. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés III.

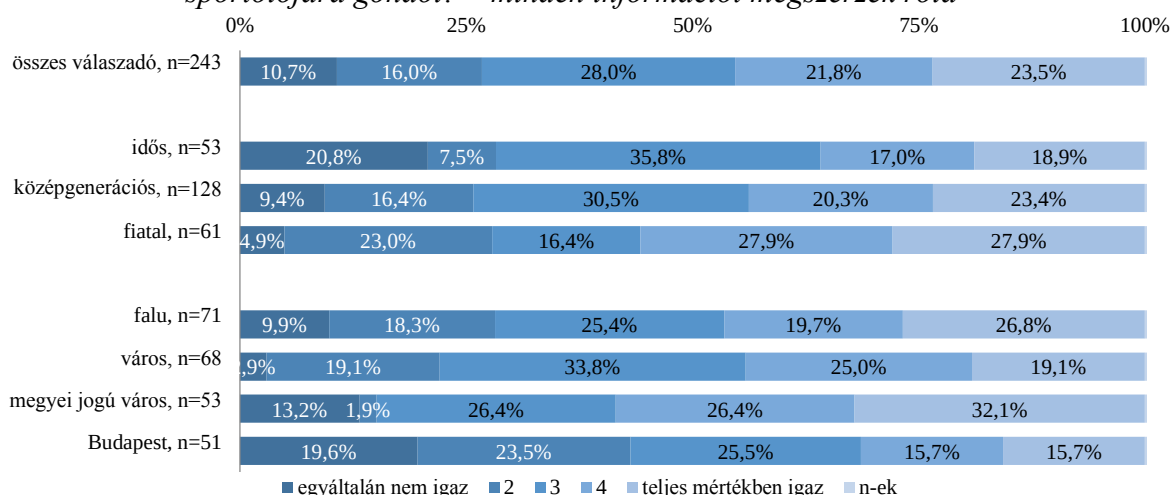
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – tagja vagyok az internetes drukkoló közösségének”



Forrás: saját szerkesztés

239. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelvezés IV.

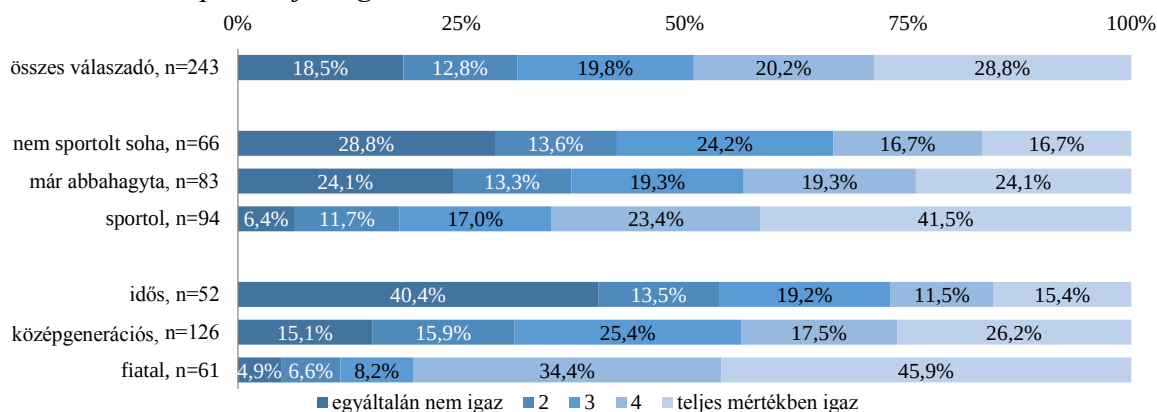
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – minden információt megszerzek róla”



Forrás: saját szerkesztés

240. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmzés V.

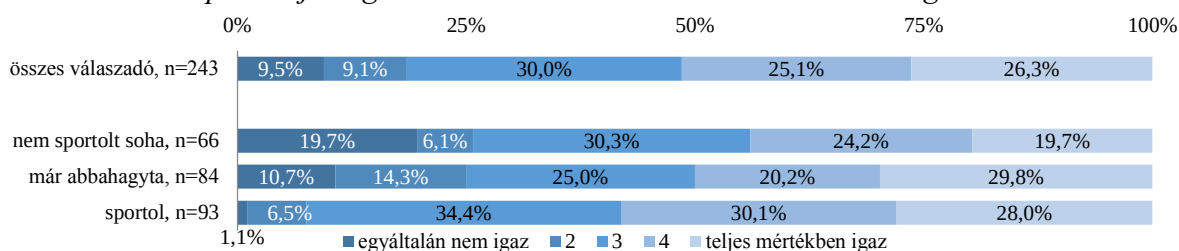
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – rendszeresen követem az interneten”



Forrás: saját szerkesztés

241. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmzés VI.

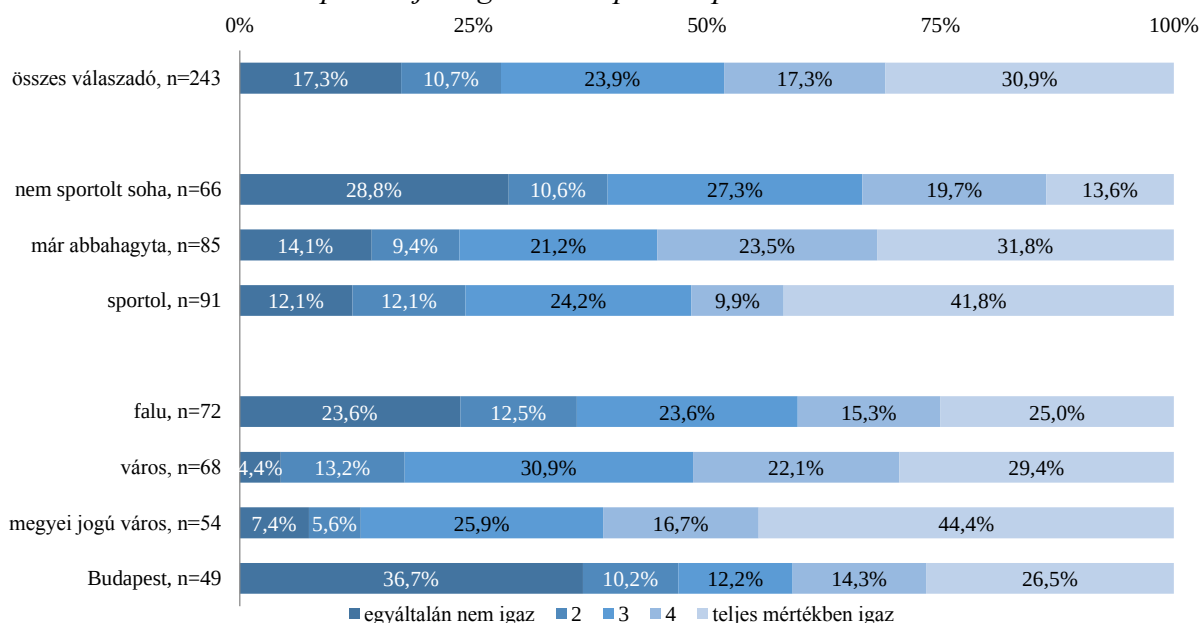
„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – szoktam róla barátaimmal beszélgetni”



Forrás: saját szerkesztés

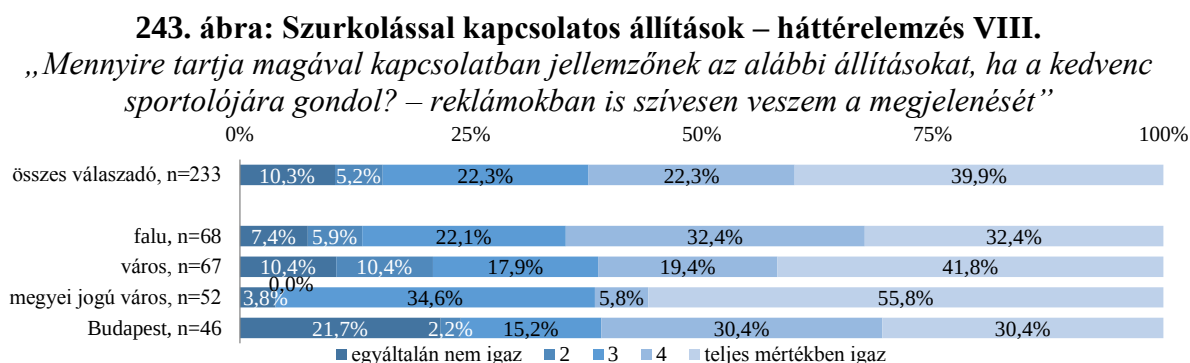
242. ábra: Szurkolással kapcsolatos állítások – háttérelmzés VII.

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol? – példaképnek tekintem”



Forrás: saját szerkesztés

A „reklámokban is szívesen veszem a megjelenését” állítással a megyei jogú városban élők értettek egyet teljes mértékben a legnagyobb arányban. Legkevésbé a budapestiek értettek ezzel egyet (243. ábra).



Forrás: saját szerkesztés

5. Kiemelt elemzések

sportágak márkapiramisai

Kutatásunkban kíváncsiak voltunk arra, hogy az egyes vizsgált sportágak esetében milyen jellemző arány fedezhető fel az ismertség, a szimpátia, az érdeklődés, és az adott sportág üzése között. Ehhez elkészítettük a sportágak márkapiramisait (lásd 244-260. ábrák), amik legalsó sávjai adott sportágak ismertségi arányait mutatják a mintán belül. Fölötte helyezkedik el a szimpátia aránya, amely kérdés esetében 5 fokozatú Likert skálát alkalmaztunk, ahol az 1-es jelentette a válaszadó számára, hogy egyáltalán nem szimpatikus az adott sportág, míg az 5, hogy teljes mértékben szimpatikus neki. A márkapiramisok esetében a sportág iránti szimpátiát a 4-es vagy 5-ös értéket jelölése jelenti. A szimpátia fölött az adott sportág iránti érdeklődés helyezkedik el, majd ezt követi a piramisok tetején az adott sportág üzése, ami esetében azok arányát jelenítettük meg, akik a legalább alkalmanként üzi, vagy a rendszeresen üzi lehetőségeket jelölték meg.

A márkapiramisai alapján a sportágakat különféle csoportokba tudtuk sorolni aszerint, hogy milyen hasonlóságok figyelhetők meg közöttük, bár erre vonatkozó vizsgálatainkat még folytatni kell. A márkapiramisok alapján sikerült elkülönítenünk a *széles körben üzőtt sportok*, az *érett sportágak*, a *réteg sportok*, és *szűk sportágak* csoportjait. Megfigyelésünk alapján két sportág, a labdarúgás (253. ábra) és az autósport (246. ábra) kivételt képeznek, nem illenek bele egyik csoportba sem.

A *széles körben üzőtt sportok* közé sorolható az aerobic/fitness (244. ábra), a futás (248. ábra), és a konditermi sportok (251. ábra). Közös jellemzőjük, ami megkülönbözteti őket a többi sportágtól, az alacsony lemorzsolódás a szimpátiától az adott sportág üzéséig, amiből következik, hogy ezen sportok esetében a legmagasabb a sport üzésének aránya, a többi vizsgált sporthoz képest. Az aerobic/fitness és a konditermi sportok esetében alacsonyabb az ismertségi bázis, mint a futás esetében, de a fentebb ismertetett alacsony lemorzsolódási arány miatt így is azonos csoportba sorolhatók.

Az *érett sportágak* közé tartozik a kézilabda (250. ábra), a jégkorong (249. ábra), a kosárlabda (252. ábra), az úszás (257. ábra), és a vízilabda (260. ábra). Ezek legmarkánsabb tulajdonsága,

hogy esetükben a szimpátia és az érdeklődés aránya közel azonos, így kevésbé várható esetükben fejlődés, mint az olyan sportágak esetében, melyeknek szimpátia arányuk magasabb az érdeklődés arányánál. Az érett sportágak további ismertetője a magas ismertségi bázis mellett az alacsony üzési arány (valódi látványsportok). Ebből a szempontból az úszás kivételt képez a csoporton belül, mert esetében magasabb az üzési arány is a csoporttagokhoz képest. Fontos kiemelni azt is, hogy az érett sportágakon belül az úszás az egyetlen, ami nem csapatsport. A szimpátia és az érdeklődés viszonya alapján azonban egyértelműen az érett sportágakhoz sorolható.

A *rétegsportok* közé tartozik a vívás (259. ábra), a vitorlázás (258. ábra), az asztalitenisz (245. ábra), és a röplabda (255. ábra). Esetükben a magas ismertségi bázis ellenére, alacsony mind a szimpátia, az érdeklődés, mind az üzés aránya.

A *szűk sportágak* közé sorolható a póker (254. ábra), a sakk (256. ábra), és az e-sport (247. ábra), amelyek mind szellemi sportágak. Részben hasonlóak a rétegsportokhoz, mert alacsony a szimpátia, az érdeklődési, és az üzési arányuk is. A különbség a rétegsportokhoz képest az, hogy a szűk sportok kisebb ismertségi bázissal rendelkeznek, így az ismertségtől az adott sportág üzéséig alacsonyabb a lemorzsolódási arány.

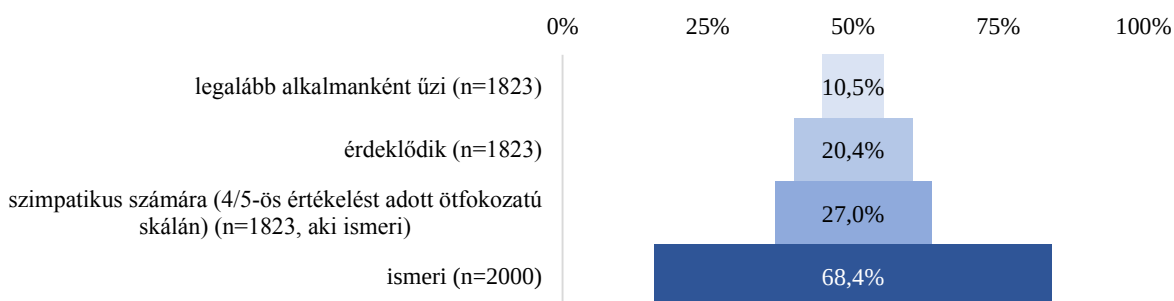
A *labdarúgás* (253. ábra) és az *autósport* (246. ábra) nem sorolható be egyetlen előbb bemutatott csoportba sem. Ugyan van hasonlóság a két sport között, de különbség is, emiatt külön csoportot nem tudtunk képezni belőlük. Mindkét sport esetén magas az ismertségi bázis, de ami igazán érdekes, hogy ezen sportok esetében magasabb az érdeklődés aránya, mint a szimpátiáé. Ez a többi vizsgált sportág egyikére sem volt jellemző. Ennek oka lehet a médiahatás, de felmerül az is, hogy a megkérdezettek a kérdéseket nem feltétlenül helyesen/egységesen értelmezték. A szimpátia kinyilvánítása során a válaszadók valószínűleg csak az adott sport magyar vonatkozásaira gondoltak, viszont az érdeklődés terén figyelembe vehették, hogy külföldi sportolók vagy sportcsapatok iránt érdeklődnek. Ez összhangban van a válaszadók szurkolási jellemzőivel, mert a csapatsportok terén nagyon magas volt azok aránya, akik a Real Madrid (a szurkolók 11,02%-a) és az FC Barcelona (a szurkolók 7,31%-a) labdarúgó csapatoknak drukkolnak (37. ábra). Az autósportok esetében magas volt azok aránya, akik Forma 1-es pilótáknak szurkolnak (41. ábra). A szimpátia és az érdeklődés közötti arány okának ilyen típusú megállapításához további kvalitatív jellegű kutatások szükségesek. Jelenlegi adatainkból nem vonhatók le egyértelmű következtetések.

A Magyarországon *támogatott látvány-csapatsportok* (labdarúgás, kézilabda, kosárlabda, vízilabda, röplabda, jégkorong) márkapiramisai változatos képet mutatnak. A kézilabda, a kosárlabda és a vízilabda alapvetően széles ismertségi bázison nyugvó, alacsony fejlődési lehetőséget magában hordozó, de széles kör számára szimpatikus és érdeklődésre számot tartó sportágak. A jégkorongot az előbbi három sportághoz hasonlóan az érett sportágak csoportjába soroltuk, mert nem rejt magában további fejlődési lehetőséget, de különbség hozzájuk képest a szimpátia és az érdeklődés alacsonyabb aránya. A látvány-csapatsportok közül egyedül a röplabdát soroltuk a rétegsportok közé, közülük ez az egyetlen, ahol az érdeklődés meghaladja a szimpátia mértékét, azaz a sportág hordoz magában további fejlődési lehetőséget. A labdarúgás egyedi helyzetben van nem csak a csoportosításunkhoz, hanem a látvány-csapatsportokhoz képest is. Nagy ismertségi bázissal rendelkezik és magasabb az érdeklődési arány, mint bármely más vizsgált sportág esetében.

Az *egyéni fizikai sportokat* (aerobic/fitness, az asztalitenisz, a futás, a konditermi sportok, úszás, vívás) alapvetően két csoportba tudtuk sorolni, a széles körben űzött sportágakra és a réteg sportágakra bontva. Amíg az aerobicot/fitneszt, a futást és a konditermi sportokat nagy arányban űzik a válaszadók, addig az asztaliteniszt, és a vívást már sokkal kisebb mértékben. Az úszás jelent kivételt, ami az érett sportágak közé tartozik. Nagy az ismertségi bázisa, a szimpátia és az érdeklődés aránya egyenlően magas szintű, és a réteg sportokhoz képest magasabb az űzési arány is.

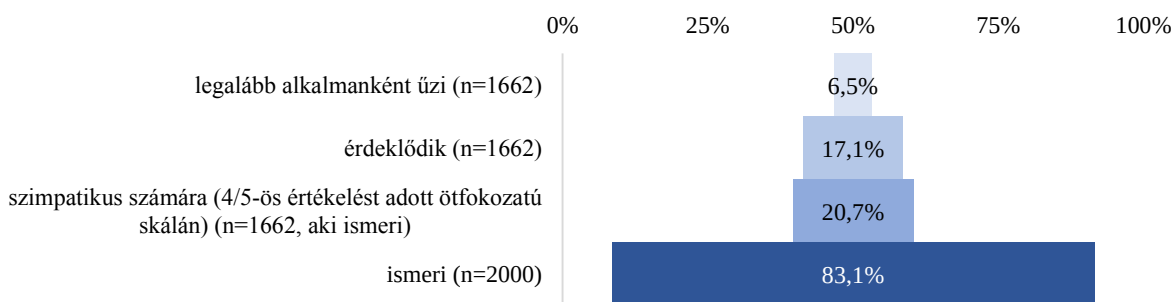
A *szellemi sportok* (sakk, póker, e-sport) márkapiramisainak képe nagyon hasonló, ezt elfogadva mindhármat azonos csoportba, a szűk sportágak közé tudtuk sorolni. Az ismertségi bázisa alapján a sakk a legismertebb, utána következik a póker, és a legkevésbé ismert az e-sport. Mindhárom sportág közös jellemzője az alacsony szimpátia, érdeklődési, és űzési arány, ebben nem térnek el egymástól.

244. ábra: Az aerobic/fitness márkapiramisa



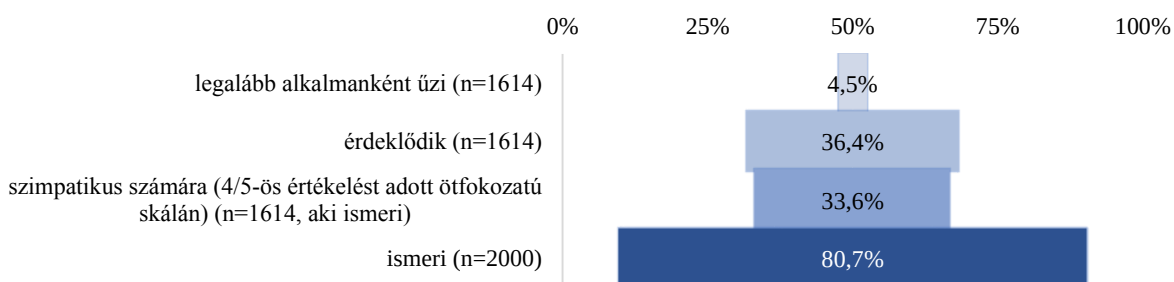
Forrás: saját szerkesztés

245. ábra: Az asztalitenisz márkapiramisa



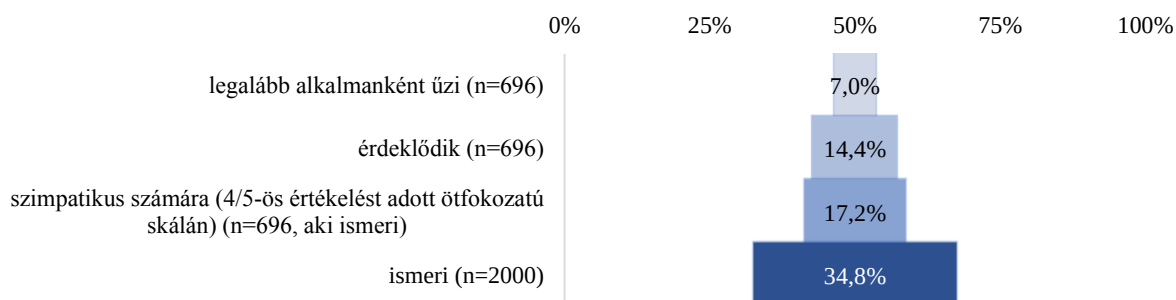
Forrás: saját szerkesztés

246. ábra: Az autósport márkapiramisa



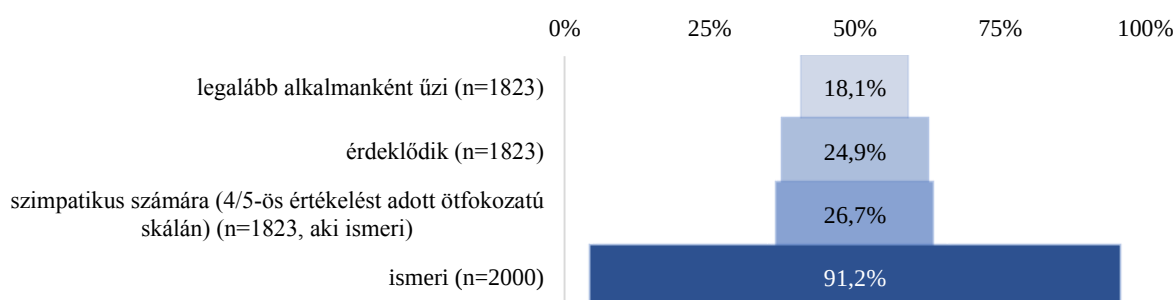
Forrás: saját szerkesztés

247. ábra: Az e-sport márkapiramisa



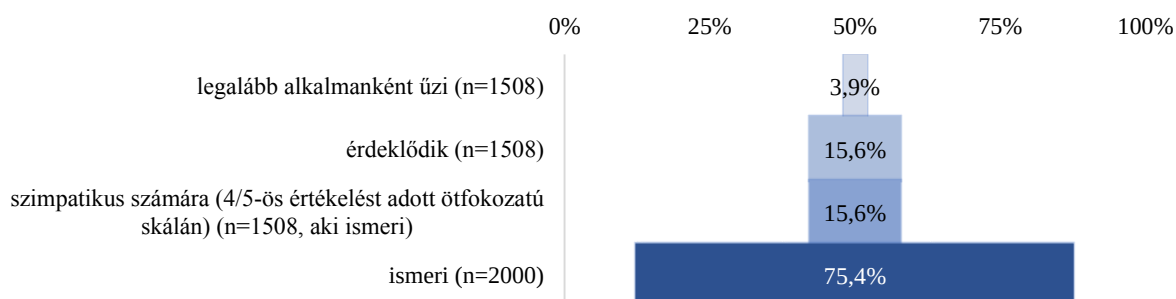
Forrás: saját szerkesztés

248. ábra: A futás márkapiramisa



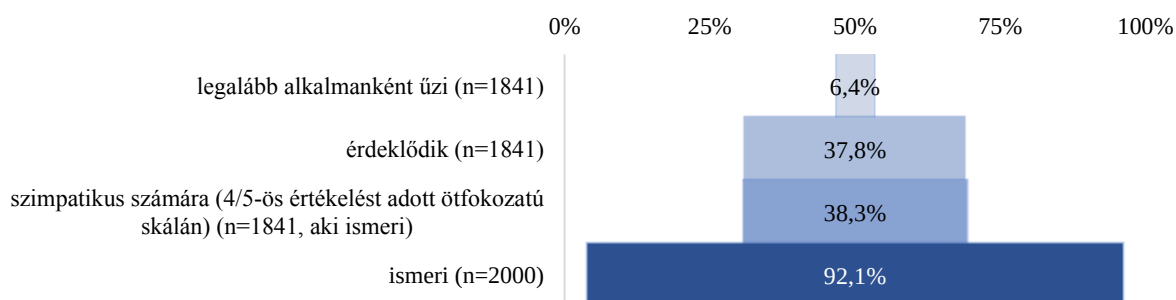
Forrás: saját szerkesztés

249. ábra: A jégkorong márkapiramisa



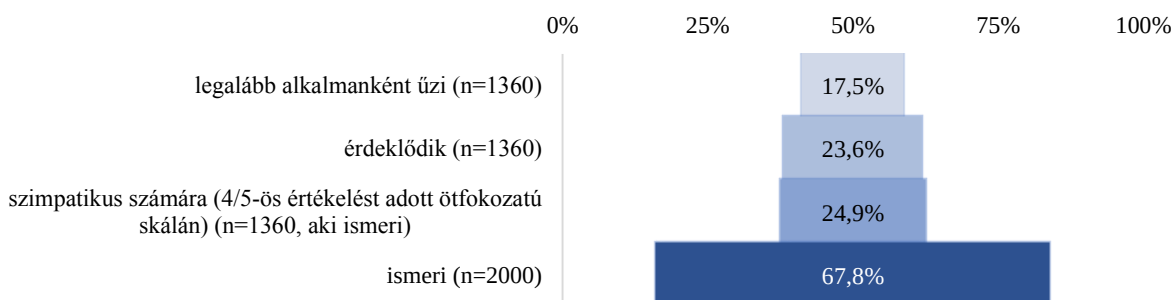
Forrás: saját szerkesztés

250. ábra: A kézilabda márkapiramisa



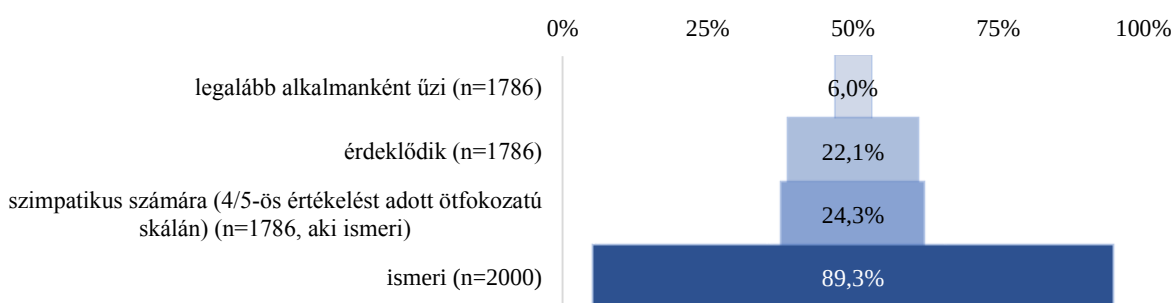
Forrás: saját szerkesztés

251. ábra: A konditermi sportok márkapiramisa



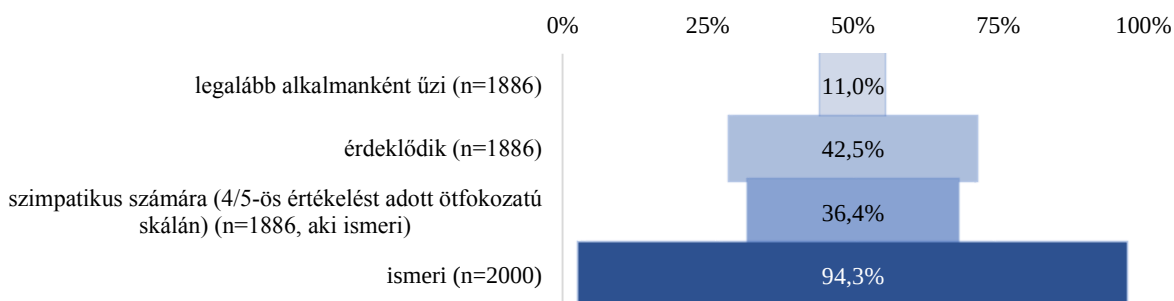
Forrás: saját szerkesztés

252. ábra: A kosárlabda márkapiramisa



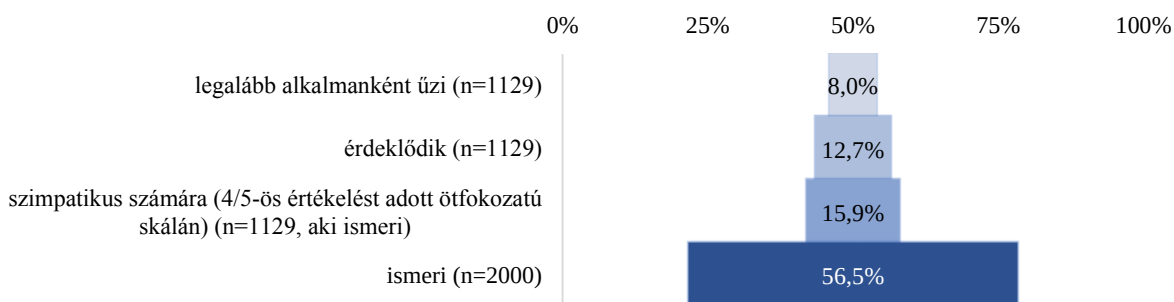
Forrás: saját szerkesztés

253. ábra: A labdarúgás márkapiramisa



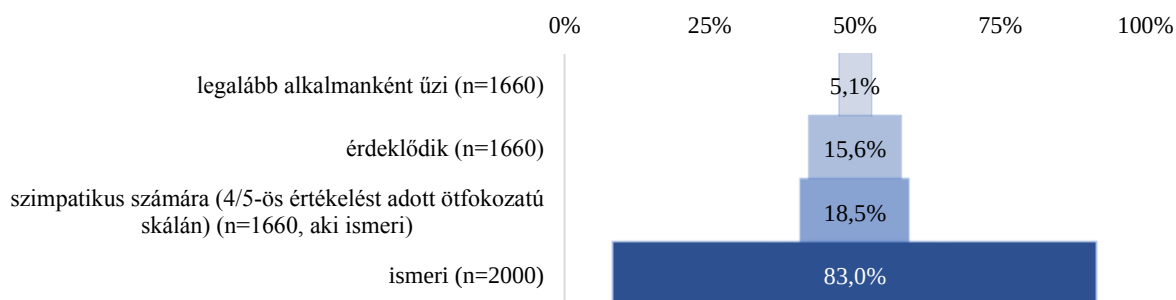
Forrás: saját szerkesztés

254. ábra: A póker márkapiramisa



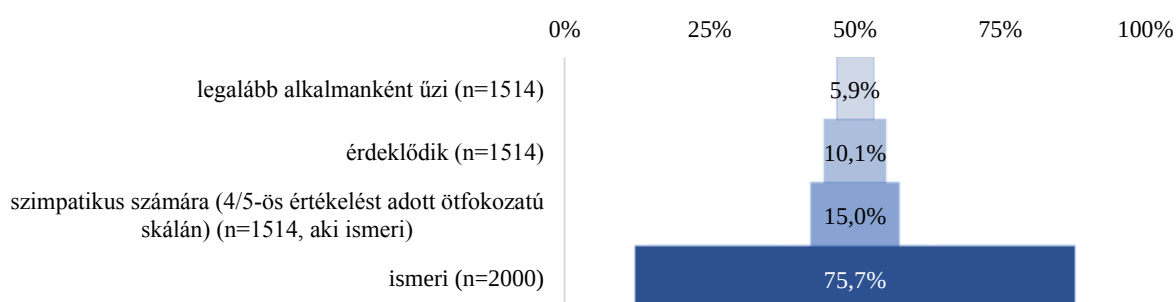
Forrás: saját szerkesztés

255. ábra: A röplabda márkapiramisa



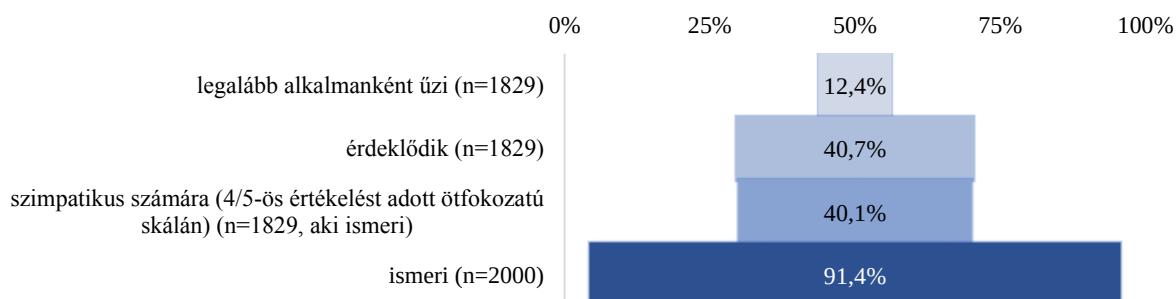
Forrás: saját szerkesztés

256. ábra: A sakk márkapiramisa



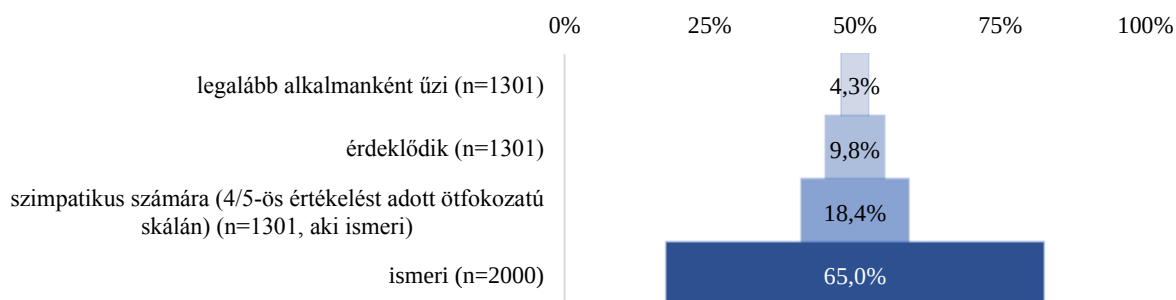
Forrás: saját szerkesztés

257. ábra: Az úszás márkapiramisa



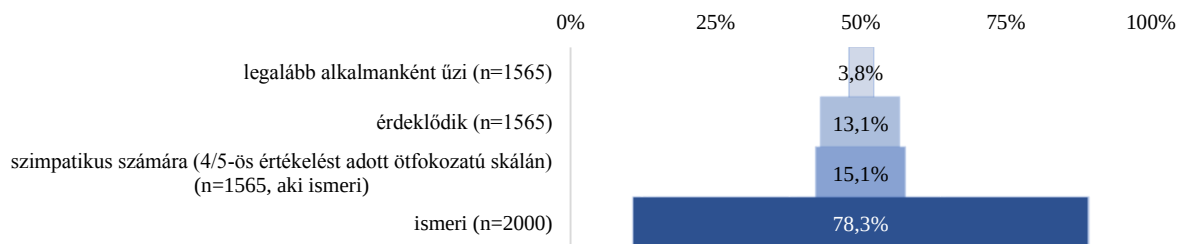
Forrás: saját szerkesztés

258. ábra: A vitorlázás márkapiramisa



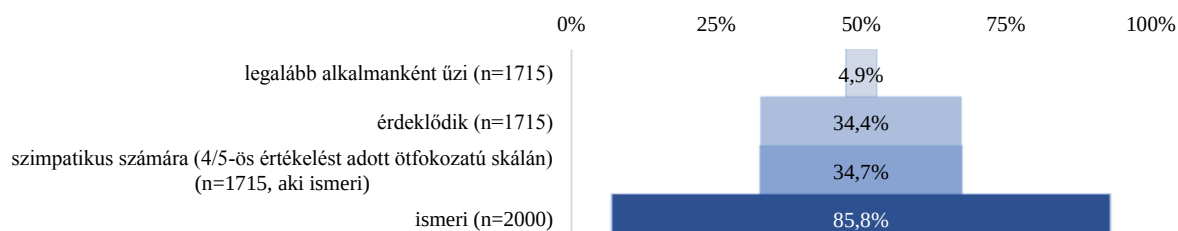
Forrás: saját szerkesztés

259. ábra: A vívás márkapiramisa



Forrás: saját szerkesztés

260. ábra: A vízilabda márkapiramisa



Forrás: saját szerkesztés

korrespondencia elemzés

Kutatásunkban kíváncsiak voltunk arra, hogy a különböző sportoló típusokhoz milyen tulajdonságokat kapcsolgat a válaszadók. Ehhez 5 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 gyakorisági tábláját a 3.6. fejezet 4. táblázatában már összefoglaltuk, de a könnyebb áttekintés érdekében itt is felidézünk (7. táblázat).

7. táblázat: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok (n=2000)

„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”

Tulajdonság	hobbyi, laikus sportoló	egyéni sportoló	csapatban profi sportoló	szellemi sportoló	e-sportoló	egyikhez sem
kreativitás	33,29%	40,14%	37,21%	39,43%	20,80%	8,57%
gazdagság, pénz	9,24%	74,07%	56,99%	17,07%	12,27%	6,61%
férfi	41,74%	70,68%	61,28%	39,05%	32,31%	10,72%
nagyra becsülés	16,10%	71,32%	52,86%	25,39%	10,12%	8,00%
nő	50,23%	62,32%	55,17%	38,92%	25,64%	11,13%
új dolgok kipróbálás	42,60%	37,36%	28,18%	26,57%	30,69%	8,35%
fiatal	44,83%	60,73%	51,80%	33,56%	34,30%	9,51%
odafigyel másokra	26,49%	27,12%	67,90%	16,50%	9,99%	8,03%
alázatos, szerény, visszafogott	34,31%	26,09%	29,16%	22,03%	6,65%	24,14%
tradicionális/hagyománykövető	31,22%	29,63%	34,72%	19,55%	4,92%	22,38%
szabad	56,49%	35,56%	24,29%	25,98%	19,78%	11,75%
lassú	19,61%	6,68%	4,35%	21,14%	7,63%	52,20%
sikeres, elismert	10,97%	81,15%	62,58%	24,06%	10,87%	5,86%
gyors	18,88%	69,23%	56,58%	18,64%	15,39%	10,04%
kalandok, érdekes élet	27,18%	59,07%	50,99%	15,37%	10,92%	10,74%
tisztelet	28,22%	64,76%	54,60%	30,10%	13,49%	9,13%
becsület	48,36%	50,17%	46,37%	35,74%	21,03%	12,05%
modern	25,78%	33,41%	27,57%	28,53%	45,97%	9,84%
jól érzi magát	61,94%	56,16%	49,45%	35,15%	29,19%	5,87%
öröm	61,79%	61,47%	54,95%	38,47%	30,19%	6,26%

Forrás: saját szerkesztés

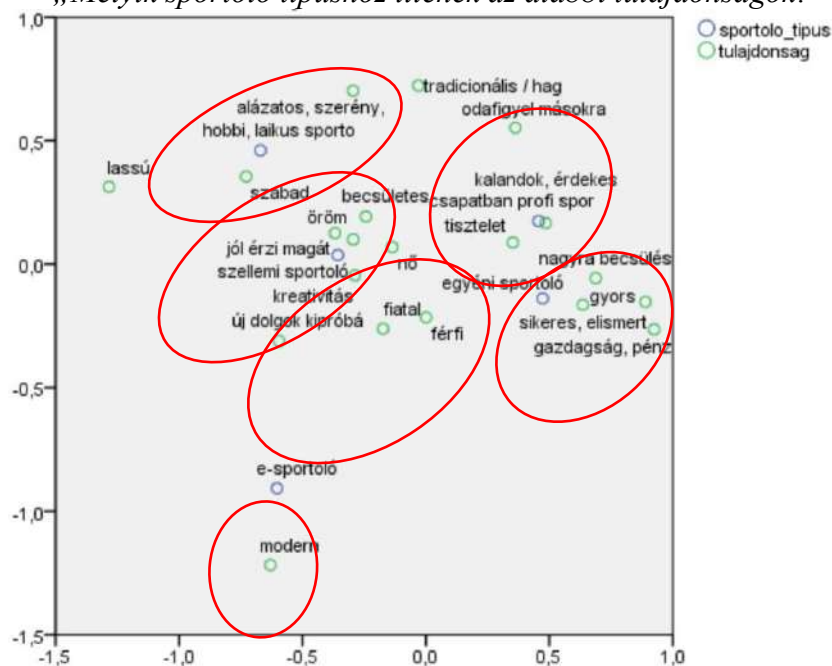
Annak érdekében, hogy megállapíthassuk, melyik tulajdonság melyik sportoló típusokhoz kapcsolódik leginkább, korrespondencia analízist végeztünk, melynek észlelési térképei alább láthatóak (261. ábra, 262. ábra). A két ábra csak az ábrázolásmódjában tér el egymástól. A korrespondencia elemzés érvényességét Chi-négyzet próbával vizsgáltuk; szignifikancia szintje 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 ismerv összefügg. Az észlelési térkép alapján a különböző sportoló típusok és a hozzájuk kapcsolódó tulajdonságok csoportokba rendezhetők, a lassú és a tradicionális/hagyománykövető tulajdonságokat azonban nem tudtuk egyetlen csoportba sem sorolni. Az általunk kijelölt csoportok az észlelési térképen pirossal karikázva alapján láthatók.

Az *e-sportoló*, mint sportolói típus az észlelési térképen markánsan elkülönül a többi típustól, a válaszadók számára egyértelműen a modern tulajdonsággal kapcsolódik össze, míg más vizsgált tulajdonsággal egyáltalán nem. A *hobbi, laikus sportolói típus* esetében a megkérdezettek leginkább a szabad, alázatos, szerény, visszafogott tulajdonságokra asszociáltak, számukra ezek a tulajdonságok állnak a legközelebb ehhez a sportolói típushoz.

A *csapatban profi sportolók* esetében az odafigyel másokra, a kalandok, érdekes élet és a tisztelet felülreprezentált a minta átlagához képest, ezt tartják a megkérdezettek nagyobb arányban jellemzőnek erre a sportolói típusra. A válaszadók számára az *egyéni sportolói típust* a minta átlagához képest nagyobb arányban jellemzik a gyors, a nagyra becsülés, a sikeres, elismert, és a gazdagság, pénz tulajdonságok. A vizsgált sportolói típusok közül a legtöbb asszociáció a *szellemi sportolók típusához* kapcsolódik, de ezek egyike sem tekinthető markáns kötődésnek. A válaszadók átlag feletti arányban kapcsolták a jól érzi magát, az öröm, a becsületes, a nő, és a kreativitás tulajdonságokat a szellemi sportolókhöz. Az új dolgok kipróbálása, a fiatal, és a férfi tulajdonságok egymáshoz közel helyezkednek el asszociációk terén, így csoportot képeznek, de a vizsgált sportolói típusaink közül egy sem kapcsolható hozzájuk (nem vizsgáltunk extrém sportolói típust, lehet, hogy erre figyelmeztet az eredmény).

261. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép I.

„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”



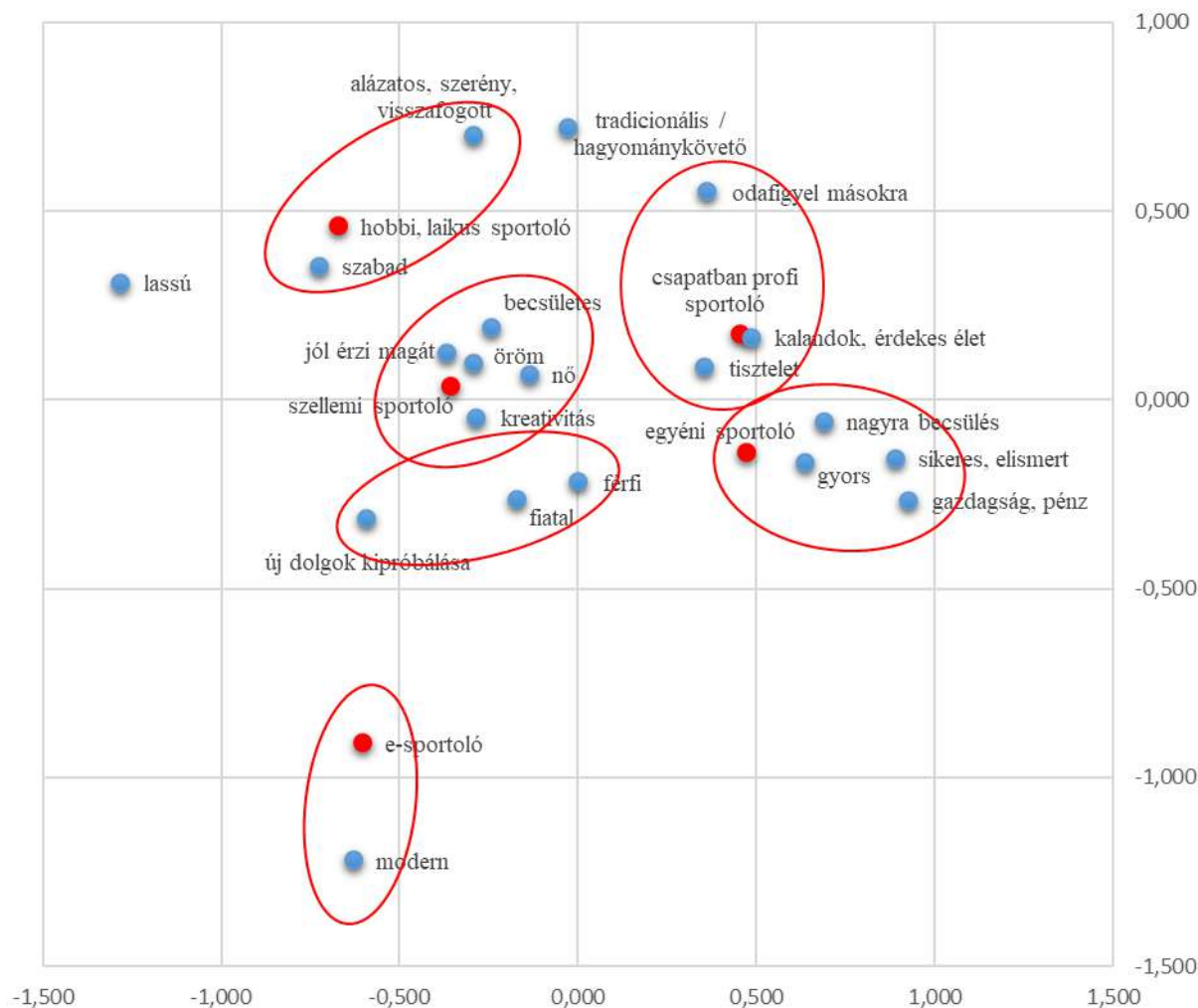
Forrás: saját szerkesztés

262. ábra: Sportoló típusokhoz kapcsolt tulajdonságok – észlelési térkép II.

„Melyik sportoló típushoz illenek az alábbi tulajdonságok?”

● tulajdonság

● sportoló típus



6. Összegzés

A tanulmányban szerteágazó témaköröket vizsgáltunk, ezekről közöltük az alapvető eredményeket, a különféle demográfiai hátterek szerinti szignifikáns eltéréseket. Középpontban a sportfogyasztás komplex vizsgálata 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 adatbázis felhasználásával készülő újabb publikációkban történik.

7. Mellékletek

1. melléklet: Sportolási indítékok „Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”

Állítások	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
A sportolás örömet okoz. n=440	0,45%	0,51%	5,93%	21,74%	71,37%
Az egészségemért sportolok. n=440	2,12%	0,48%	9,79%	25,59%	62,03%
A sport fizikai erőfeszítés. n=441	1,59%	3,00%	14,88%	25,92%	54,61%
A sportolással maradhatok csak aktív. n=440	1,83%	2,24%	13,59%	30,57%	51,77%
A sport igazi jellemfejlesztés. n=438	1,93%	2,81%	13,85%	34,11%	47,30%
A sporttal mindig újabb célokat érek el. n=441	5,64%	6,94%	21,47%	30,15%	35,79%
A sportban a játék a legjobb. n=440	8,79%	9,37%	25,35%	25,05%	31,44%
A sportolásban legjobban a társaságot, a közösséget szeretem. n=441	10,13%	8,13%	25,31%	26,08%	30,35%
A sporttal fontos kapcsolatokat tudok kialakítani. n=440	11,09%	10,68%	22,80%	25,10%	30,33%
A sporttal tudok igazán kikapcsolódni. n=441	10,95%	7,03%	27,59%	25,51%	28,93%
A szép test eléréséért sportolok. n=441	10,95%	7,03%	27,59%	25,51%	28,93%
A sportolással elismertséget váltok ki a környezetemben. n=438	11,57%	12,33%	28,88%	25,47%	21,76%
A sportban legjobb a versenyzés. n=439	19,24%	15,95%	27,30%	19,20%	18,31%
A sportolással fogyni akarok. n=441	26,01%	13,23%	23,98%	19,60%	17,19%

Forrás: saját szerkesztés

2. melléklet: A sportolás motivációi

„Kérjük, gondoljon arra, hogy miért űzi az Ön számára elsődlegesen választott sportágat.
Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”

Állítások	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	5	6	teljes mértékben egyetért
Mert jobb érzésem van magammal kapcsolatban, amikor csinálom. n=441	2,88%	0,73%	1,90%	9,67%	14,88%	26,35%	43,59%
Mert rosszul érezném magam, ha nem fordítanék rá időt. n=440	4,63%	1,60%	6,76%	10,80%	23,18%	22,06%	30,98%
Mert élvezem, ha új módszereket ismerhetek meg a teljesítményem növelésére. n=437	6,53%	2,47%	6,55%	13,84%	19,41%	26,69%	24,50%
Mert úgy gondolom ez egy jó módja a személyiségem értékes részeinek fejlesztésére. n=436	4,18%	1,94%	6,81%	14,58%	19,98%	28,38%	24,12%
Mert ez a sport az önfejlesztésem egyik módja. n=441	3,16%	3,20%	6,07%	14,95%	21,03%	27,70%	23,88%
Mert azonos a belső értékrendemmel. n=439	4,40%	2,07%	6,50%	12,76%	21,79%	29,23%	23,25%
Mert élvezek új technikai elemeket megtanulni. n=436	12,99%	3,61%	8,38%	14,24%	17,31%	21,64%	21,85%

Állítások	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	5	6	teljes mértékben egyetért
Mert örömet okoz, hogy többet tanulok a sportágamról. n=439	8,54%	4,15%	8,73%	16,28%	22,43%	19,75%	20,12%
Mert az egyik legjobb módja annak, hogy fejlesszem személyiségem más oldalait is. n=437	5,56%	3,38%	8,88%	20,77%	24,13%	20,32%	16,95%
Mert nagyon érdekes megtanulnom, hogy miként fejlődhetek. n=433	11,10%	4,05%	9,07%	18,36%	22,16%	20,77%	14,49%
Az eddig ismeretlen edzéstechnikák elsajátításakor éreztem örömet. n=437	17,51%	7,25%	7,93%	18,40%	18,05%	17,09%	13,77%
Mert kifejezi a belső értékeimet. n=436	5,21%	3,61%	9,66%	20,87%	30,45%	18,94%	11,25%
A nehéz mozgáskombinációk elvégzése közben éreztem örömet. n=436	15,59%	5,33%	13,87%	21,46%	22,02%	11,84%	9,90%
Mert a környezetemben lévő emberek megjutalmaznak érte. n=434	42,37%	10,69%	11,42%	10,15%	14,96%	5,50%	4,90%
Mert mások nem helyeselnék, ha nem csinálnám. n=432	52,91%	12,82%	7,75%	8,89%	9,17%	4,01%	4,44%
Olyan érzésem van, hogy már nem tudok sikeres lenni ebben a sportágban. n=430	58,64%	8,78%	7,39%	8,47%	8,17%	4,51%	4,03%
Mert a számomra fontos embereket bosszantaná, ha nem csinálnám. n=434	53,85%	13,53%	8,53%	9,03%	8,28%	4,77%	2,01%
Már nem is egyértelmű számomra, hogy miért sportolok, nem hiszem, hogy van helyem ebben a sportban. n=434	69,48%	6,23%	5,21%	7,90%	5,59%	4,10%	1,48%
Gyakran kérdezem én is magamtól, hogy miért csinálom még, mert már nem látom, hogy elérném a céljaimat, amiket kitűztem magam elé. n=438	54,97%	14,12%	10,00%	9,35%	7,00%	3,32%	1,24%

Forrás: saját szerkesztés

3. melléklet: Sportcélú utazással kapcsolatos tulajdonságok

„Mennyire igazak Önre az alábbi állítások?”

Állítások	egyáltalán nem igaz	2	3	4	nagyon igaz
Ha sportcél miatt utazom, a választásban maga a sportág befolyásol elsődlegesen., n=45	1,41%	1,54%	7,86%	22,19%	67,00%
Ha sportcéllal utazom, mindig társasággal megyek, n=45	0,00%	1,43%	13,54%	18,39%	66,64%
Szeretek nézőként részt venni sporteseményeken, n=45	1,89%	2,00%	16,40%	31,84%	47,87%
Ha sport céllal utazom, nekem nagyon fontos, hogy a hely mennyire biztonságos (pl. terrorveszély)., n=45	3,77%	8,28%	36,43%	12,17%	39,35%
Szívesen utazok Magyarországon belül bárhova sportcél miatt, n=45	1,80%	15,96%	15,98%	26,97%	39,30%

Állítások	egyáltalán nem igaz	2	3	4	nagyon igaz
Szívesen utazok sportcél miatt külföldre, n=45	4,23%	12,95%	24,05%	22,70%	36,07%
Ha sportcéllal utazom, mindig körülnézek a környéken is, n=45	0,00%	7,51%	39,74%	17,58%	35,17%
Ha sportcéllal utazom, más helyi programokon is részt veszek, elmegyek a helyi éttermekbe, akár ott is alszom., n=45	5,00%	12,96%	23,04%	24,04%	34,95%
Ha sportcél miatt utazom, a választásban a számomra fontos sportoló szereplése befolyásol elsődlegesen., n=44	14,23%	6,67%	26,18%	31,10%	21,81%
Ha sportcél miatt utazom, a választásban a helyszín befolyásol elsődlegesen., n=45	10,90%	13,00%	41,47%	14,88%	19,74%
A sporttal kapcsolatos utazásaimról általában spontán döntök, nem tervezem meg előre., n=45	44,62%	13,53%	18,75%	17,89%	5,21%

Forrás: saját szerkesztés

4. melléklet: Attitűdállítások
„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?”

Állítások	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
Egy sportoló igazi példakép., n=1980	15,86%	6,15%	20,50%	25,09%	32,40%
Egy sikeres sportoló tökéletes reklámarc., n=1974	16,50%	5,64%	22,24%	26,39%	29,24%
A versenysport a szórakoztatóipar része., n=1973	23,17%	5,58%	21,01%	25,06%	25,18%
A sportolás nagyon drága., n=1920	20,42%	7,59%	26,18%	21,96%	23,84%
A sportolás életem része., n=1981	64,64%	8,22%	8,69%	6,97%	11,47%
Fantasztikus élmény számomra sporteseményeken részt venni., n=1963	52,59%	11,12%	15,72%	10,14%	10,44%
A sportolás csak fiataloknak való., n=1984	53,37%	12,19%	16,45%	9,18%	8,81%
Szeretek a sporteseményekről, sportolókról újságokban, magazinokban olvasni., n=1980	53,87%	13,77%	17,63%	8,99%	5,75%
Szívesen veszek olyan terméket, amit egy sportoló ajánl., n=1971	59,51%	11,00%	16,51%	7,97%	5,01%
Örömmel veszek kedvenc sportolómhöz, csapatomhoz kapcsolódó tárgyakat., n=1974	66,01%	12,11%	11,80%	5,93%	4,14%
A sportolás elvárás a környezetemben., n=1980	70,88%	9,73%	10,14%	5,31%	3,94%
A sporthoz kapcsolódó dolgokra szívesen költök., n=1963	60,64%	13,44%	14,53%	7,54%	3,85%
Online követem a sporthíreket., n=1965	63,01%	10,62%	15,68%	7,01%	3,67%
Én az online sportélményeket szeretem., n=1964	68,67%	9,88%	12,33%	6,02%	3,10%
Csakis online követem a sporteseményeket., n=1965	70,54%	10,22%	10,52%	5,94%	2,77%
Sokat költök sportolásra., n=1981	74,90%	9,70%	8,35%	4,27%	2,77%
Sokat költök sporttal kapcsolatos eseményekre, azok látogatására., n=1971	76,68%	9,12%	7,86%	4,08%	2,26%
Sokat költök e-sportokhoz kapcsolódó dolgokra., n=1969	85,82%	5,94%	5,16%	1,97%	1,11%
Sokat költök sport miatt olyan eszközökre, amikkel jobb online élményt érek el., n=1971	83,58%	6,76%	6,11%	2,52%	1,04%
Sport teljesítménnyel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek., n=1971	92,31%	2,62%	2,45%	1,77%	0,85%
A sportolásból élek., n=1971	93,78%	1,47%	2,55%	1,39%	0,81%
A sporthoz kapcsolódik a munkám., n=1971	93,87%	1,42%	2,45%	1,51%	0,74%

Forrás: saját szerkesztés

5. melléklet: Szurkolással kapcsolatos állítások

„Mennyire tartja magával kapcsolatban jellemzőnek az alábbi állításokat, ha a kedvenc sportolójára gondol?”

Állítások	egyáltalán nem igaz	2	3	4	teljes mértékben igaz
reklámokban is szívesen veszem a megjelenését, n=233	10,41%	5,33%	22,51%	22,30%	39,45%
példaképnek tekintem, n=241	17,58%	10,66%	23,98%	17,30%	30,47%
rendszeresen követem az interneten, n=241	18,21%	12,82%	19,63%	20,50%	28,84%
szoktam róla barátaimmal beszélgetni, n=244	9,49%	9,47%	29,90%	24,88%	26,27%
minden információt megszerzek róla, n=244	10,73%	15,98%	28,26%	21,65%	23,37%
tagja vagyok az internetes drukkoló közösségének, n=243	46,88%	5,86%	11,93%	13,25%	22,08%
más sportolók drukkere is vagyok, n=242	30,80%	11,74%	22,47%	19,25%	15,74%
személyesen ismerem, n=243	73,03%	2,68%	5,47%	4,59%	14,23%
tagja vagyok a drukkoló közösségének, n=244	58,32%	6,86%	12,84%	7,82%	14,16%
amikor csak lehet, megyek a versenyekre, a vele kapcsolatos eseményekre, n=243	70,51%	8,93%	8,64%	6,21%	5,71%

6. melléklet: Értékek

„Mennyire tartja fontosnak az alábbi tulajdonságokat?”

Tulajdonságok	egyáltalán nem tartja fontosnak	2	3	4	5	nagyon fontosnak tartja
biztonságos körülmények között élni, n=1986	0,16%	1,47%	5,04%	8,10%	15,94%	69,29%
öröm abban, amit teszek, n=1984	0,34%	0,65%	4,93%	8,21%	19,55%	66,32%
becsületesség, n=1984	0,46%	0,87%	5,89%	9,56%	26,39%	56,84%
saját döntések, hogy szabad legyek, n=1982	0,31%	1,21%	6,13%	12,26%	24,64%	55,46%
jól érzem magam, n=1984	0,15%	1,86%	6,20%	12,28%	26,03%	53,48%
egyenlő lehetőségek, egyenlő bánásmód, n=1984	0,58%	1,66%	7,03%	16,61%	25,96%	48,17%
a környezet védelme, n=1984	0,66%	1,41%	7,93%	14,16%	28,54%	47,30%
a hagyományok tisztelete, n=1985	1,32%	2,22%	11,15%	17,18%	29,05%	39,08%
segítségnyújtás más embereknek, n=1985	1,00%	1,70%	7,76%	20,90%	30,47%	38,18%
új dolgok kitalálása, kreativitás, n=1985	2,85%	4,14%	13,34%	21,53%	27,40%	30,75%
képességek megmutatása, hogy nagyra becsüljenek, n=1984	2,02%	4,01%	11,80%	23,83%	27,86%	30,48%
hogymások tiszteljenek, n=1981	1,52%	2,75%	12,39%	26,33%	27,29%	29,73%
sikeresség, elismertség, n=1980	2,39%	3,98%	13,15%	23,72%	28,61%	28,16%
a szabályok követése, n=1986	1,18%	3,79%	12,75%	25,88%	30,34%	26,07%
új, változatos dolgok kipróbálása, n=1982	3,22%	4,76%	16,23%	24,16%	26,09%	25,54%
gazdagság, pénz, n=1985	2,01%	6,28%	18,79%	29,13%	24,29%	19,51%
kalandok, érdekes élet, n=1980	9,30%	8,29%	21,75%	22,58%	18,93%	19,14%
más emberek meghallgatása, akikkel nem értek egyet, n=1976	5,03%	6,07%	18,54%	29,59%	24,83%	15,93%
alázatos, szerény, visszafogott, n=1972	5,93%	7,93%	23,97%	27,37%	19,55%	15,25%
hatalom mások felett, n=1978	37,38%	19,20%	19,86%	11,69%	6,33%	5,55%

Forrás: saját szerkesztés

7. melléklet: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelmzés
„Milyen érzése van, ha a sport/sportolás szót meghallja?”

Háttérelmzési szempont	nagyon negatív	2	3	4	5	6	7	8	9	nagyon pozitív
Budapest, n=368	1,1%	0,8%	1,9%	2,2%	12,8%	12,2%	15,2%	21,7%	9,2%	22,8%
megyei jogú város, n=415	2,9%	1,7%	3,6%	4,3%	13,3%	9,6%	9,4%	15,9%	11,1%	28,2%
város, n=636	1,7%	1,4%	2,7%	2,0%	12,4%	11,2%	12,1%	17,1%	12,7%	26,6%
falú, n=581	2,9%	2,8%	2,8%	5,7%	17,2%	12,4%	11,5%	15,3%	10,3%	19,1%
alapfokú, n=945	3,0%	2,5%	3,8%	4,0%	16,1%	12,6%	11,5%	16,0%	11,0%	19,5%
középfokú, n=699	1,7%	0,7%	1,9%	3,3%	13,2%	11,3%	12,7%	18,3%	10,3%	26,6%
felsőfokú, n=344	1,5%	1,5%	2,3%	3,2%	10,8%	7,6%	11,3%	18,0%	12,5%	31,4%
megélnék és félre tudnak tenni, n=831	1,9%	1,3%	0,6%	2,5%	11,1%	9,9%	10,8%	17,3%	14,0%	30,6%
éppen megélnék, n=951	1,9%	1,9%	3,9%	4,1%	17,0%	11,4%	12,7%	17,7%	9,1%	20,3%
van, hogy nem tudnak megélni, n=140	6,4%	2,9%	7,9%	4,3%	12,9%	17,9%	10,7%	15,7%	7,9%	13,6%
fiatal, n=464	1,5%	1,5%	1,9%	2,4%	9,3%	9,3%	11,2%	16,8%	14,0%	32,1%
középgén., n=1071	1,9%	1,8%	2,7%	3,2%	14,6%	11,5%	13,0%	17,5%	10,7%	23,2%
idős, n=464	3,9%	1,9%	3,9%	5,6%	17,5%	13,1%	10,1%	17,2%	8,8%	17,9%
sportol, n=439	0,9%	0,0%	0,2%	0,0%	2,3%	3,4%	5,5%	16,4%	16,2%	55,1%
már abbahagyta, n=404	0,5%	0,5%	1,2%	2,7%	9,7%	9,4%	10,9%	21,3%	15,1%	28,7%
nem sportolt soha, n=1153	3,3%	2,9%	4,3%	5,3%	20,1%	15,1%	14,7%	16,1%	7,5%	10,6%
férfi, n=975	2,2%	1,6%	2,2%	3,0%	13,5%	11,2%	10,3%	15,9%	11,5%	28,7%
nő, n=1029	2,4%	1,9%	3,4%	4,2%	14,5%	11,6%	13,5%	18,5%	10,5%	19,5%
összes válaszadó, n=2000	2,3%	1,8%	2,8%	3,6%	14,1%	11,4%	11,9%	17,2%	11,0%	24,0%

Forrás: saját szerkesztés

8. melléklet: A sportoláshoz és a versenysporthoz kapcsolódó érzések – háttérelmzés
„Milyen érzése van, ha a profi sport /versenysport szót meghallja?”

Háttérelmzési szempont	nagyon negatív	2	3	4	5	6	7	8	9	nagyon pozitív
Budapest, n=323	4,6%	4,3%	6,8%	2,2%	21,1%	13,0%	10,8%	19,8%	6,2%	11,1%
megyei jogú város, n=395	3,8%	1,8%	4,6%	5,8%	18,0%	10,4%	12,2%	17,5%	9,1%	17,0%
város, n=557	1,8%	3,2%	3,1%	4,7%	13,8%	12,4%	13,8%	17,4%	10,8%	19,0%
falú, n=536	4,1%	4,3%	7,3%	7,3%	17,9%	10,1%	13,8%	16,6%	7,5%	11,2%
alapfokú, n=848	4,6%	4,6%	6,6%	5,2%	17,8%	9,6%	13,1%	16,7%	8,3%	13,6%
középfokú, n=631	2,4%	2,2%	4,4%	6,0%	16,8%	12,7%	13,9%	16,6%	8,9%	16,0%
felsőfokú, n=325	2,2%	3,1%	3,4%	4,0%	16,3%	13,5%	10,2%	21,8%	9,5%	16,0%
megélnék és félre tudnak tenni, n=784	2,0%	2,7%	4,1%	4,3%	15,6%	12,6%	12,5%	19,0%	9,4%	17,7%
éppen megélnék, n=844	3,7%	3,2%	5,2%	5,9%	18,7%	11,0%	12,8%	16,7%	9,2%	13,5%

Háttérelmezési szempont	nagyon negatív	2	3	4	5	6	7	8	9	nagyon pozitív
van, hogy nem tudnak megélni, n=119	6,7%	9,2%	14,3%	3,4%	16,8%	5,9%	16,8%	18,5%	0,8%	7,6%
fiatal, n=423	2,8%	2,1%	2,8%	4,5%	15,8%	11,1%	11,6%	17,5%	10,6%	21,0%
középgen., n=971	3,6%	3,4%	5,5%	5,0%	16,2%	11,8%	13,3%	18,9%	8,5%	13,7%
idős, n=415	3,6%	4,8%	7,5%	6,5%	21,2%	10,4%	13,3%	14,7%	6,7%	11,3%
sportol, n=419	1,2%	0,7%	1,7%	3,6%	10,0%	7,6%	12,6%	17,2%	14,1%	31,3%
már abbahagyta, n=371	1,1%	1,6%	3,5%	5,9%	14,3%	10,8%	12,9%	21,3%	11,6%	17,0%
nem sportolt soha, n=1023	5,2%	5,2%	7,4%	5,8%	21,2%	13,1%	12,9%	16,5%	5,4%	7,3%
férfi, n=883	3,5%	3,2%	4,4%	4,4%	15,7%	10,4%	12,0%	19,1%	10,4%	16,8%
nő, n=930	3,3%	3,7%	6,1%	6,0%	18,7%	12,3%	13,7%	16,2%	7,0%	13,0%
összes válaszadó, n=1813	3,4%	3,4%	5,3%	5,3%	17,2%	11,4%	12,9%	17,7%	8,7%	14,8%

Forrás: saját szerkesztés

9. melléklet: Sportolási indítékok – háttérelmezés

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? – A sportolás örömet okoz.”

Háttérelmezési szempont	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
alapfokú, n=146	0,7%	1,4%	8,2%	20,5%	69,2%
középfokú, n=166	0,0%	0,0%	8,4%	22,9%	68,7%
felsőfokú, n=124	0,8%	0,0%	0,0%	21,8%	77,4%
megélnék és félre tudnak tenni, n=268	0,0%	0,0%	4,5%	19,8%	75,7%
éppen megélnék, n=139	0,7%	1,4%	6,5%	26,6%	64,7%
van, hogy nem tudnak megélni, n=17	5,9%	0,0%	17,6%	17,6%	58,8%
férfi, n=246	0,4%	0,0%	4,1%	17,5%	78,0%
nő, n=193	0,5%	1,0%	8,3%	26,9%	63,2%
összes válaszadó, n=436	0,5%	0,5%	6,0%	21,8%	71,3%

Forrás: saját szerkesztés

10. melléklet: Attitűdállítások – háttérelmezés I.

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

Háttérelmezési szempont	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
Budapest, n=347	85,9%	7,2%	4,6%	1,2%	1,2%
megyei jogú város, n=410	88,3%	4,9%	5,4%	0,7%	0,7%
város, n=633	82,9%	6,8%	7,3%	2,2%	0,8%
falu, n=579	87,2%	5,0%	2,9%	3,1%	1,7%
fiatal, n=453	77,9%	9,5%	6,8%	2,6%	3,1%
középgen., n=1060	85,7%	5,7%	5,8%	2,2%	0,7%
idős, n=456	94,1%	3,1%	2,0%	0,7%	0,2%

Háttérelmezési szempont	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
sportol, n=426	68,1%	11,7%	12,2%	3,8%	4,2%
már abbahagyta, n=401	85,8%	6,2%	5,7%	1,7%	0,5%
nem sportolt soha, n=1140	92,5%	3,7%	2,3%	1,4%	0,1%
férfi, n=954	82,8%	7,9%	5,1%	2,4%	1,8%
nő, n=1015	88,7%	4,1%	5,1%	1,6%	0,5%
összes válaszadó, n=1969	85,8%	5,9%	5,1%	2,0%	1,1%

Forrás: saját szerkesztés

11. melléklet: Attitűdállítások – háttérelmezés II.

„Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal? –

Sport teljesítményemmel kapcsolatos dolgokkal sokat keresek.”

Háttérelmezési szempont	egyáltalán nem ért egyet	2	3	4	teljes mértékben egyetért
fiatal, n=457	85,6%	6,1%	3,3%	2,8%	2,2%
középgen., n=1060	92,8%	2,3%	2,6%	1,7%	0,6%
idős, n=455	97,8%	0,0%	1,1%	0,9%	0,2%
sportol, n=430	82,3%	6,3%	4,7%	3,7%	3,0%
már abbahagyta, n=400	93,5%	2,8%	2,0%	1,3%	0,5%
nem sportolt soha, n=1141	95,6%	1,2%	1,8%	1,2%	0,2%
összes válaszadó, n=1972	92,3%	2,6%	2,4%	1,8%	0,9%

Forrás: saját szerkesztés