



Gazdálkodástudományi kar

**Műhelytanulmányok
Vállalatgazdaságtan Intézet**

1053 Budapest, Veres Pálné u. 36., 1828 Budapest, Pf. 489
(+36 1) 482-5901, fax: 482-5844, www.uni-corvinus.hu/vallgazd



Vállalatgazdaságtan Intézet

A szabadidősport gazdaságtana

András Krisztina

**75. sz. Műhelytanulmány
HU ISSN 1786-3031**

2006. október

Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalatgazdaságtan Intézet
Veres Pálné u. 36.
H-1053 Budapest
Hungary

A szabadidősport gazdálkodástana¹

András Krisztina
Üzleti Gazdaságtan Tanszék

Összegzés

Az alábbi tanulmány a szabadidősport gazdálkodástani leírása céljából született. A tanulmányban szó esik a szabadidősport fogalmi körülhatárolásáról, társadalmi hasznosságáról, nemzetgazdasági versenyképességhez és turizmushoz való viszonyáról, továbbá az állam közgazdasági és gazdálkodástani szerepéről. A munka zárásaként kitérünk a magyar szabadidősport jelenlegi működési környezetének bemutatására.

Kulcsszavak: sportgazdaságtan, sportmenedzsment, üzleti alapon működő sport, sportszolgáltatás, szabadidősport

Abstract

This study was written to introduce the economics of leisure sport. It includes the conceptual approach of leisure sport, its social benefits, and its relationship to the national competitiveness and tourism, furthermore the economic role of the state in connection with the economics of leisure sport. At the end of the study the present operating environment of the Hungarian leisure sport is demonstrated.

Keywords: sports economics, sports management, sport business, sports service, leisure

¹ Az alábbi tanulmány szerkesztett, rövidített változata András Krisztina, PhD: Üzleti elemek a szabadidősportban című, a Nemzeti Sporthivatal megbízásából elvégzett kutatás tanulmányának.

Tartalomjegyzék

ÖSSZEGZÉS	2
ABSTRACT	2
TARTALOMJEGYZÉK	3
TÁBLÁZATJEGYZÉK	4
ÁBRAJEGYZÉK	4
BEVEZETÉS	5
1. KONCEPCIONÁLIS – ELMÉLETI HÁTTÉR	6
1.1. A SZABADIDŐSPORT FOGALMA	7
1.2. A SZABADIDŐSPORT TÁRSADALMI HASZNOSSÁGA	10
1.3. A SZABADIDŐSPORT MINT SZOLGÁLTATÁS	15
2. A SZABADIDŐSPORT ÉRINTETTJEI	20
2.1. AZ ÁLLAM SZEREPE.....	21
2.2. A SZABADIDŐSPORT FOGYASZTÓI	32
2.3. EGYÉB ÉRINTETTEK	36
3. A SZABADIDŐSPORT MŰKÖDÉSI KÖRNYEZETE	38
3.1. SPORTSZERVEZETEK A SZABADIDŐSPORTBAN.....	38
3.2. AZ ÁLLAMI TÁMOGATÁSOK ALAKULÁSA	39
ÖSSZEGZÉS	42
FELHASZNÁLT IRODALMAK	43
MELLÉKLETEK	47
1. MELLÉKLET – A SZABADIDŐSPORT FOGALMÁNAK IRODALMI ÁTTEKINTÉSE	48
2. MELLÉKLET – ÁLLAMI FORRÁSOK A SZABADIDŐSPORT CÉLJAIÁRA, 1999-2004 KÖZÖTT	54

Táblázatjegyzék

1. TÁBLÁZAT A SZABADIDŐSPORT KÖZGAZDASÁGTANI JELLEMZÉSE.....	9
2. TÁBLÁZAT A SZABADIDŐSPORT-SZOLGÁLTATÁSOK TÍPUSAI.....	17
3. TÁBLÁZAT AZ IFJÚSÁGI ÉS SPORTMINISZTERIUM ILLETVE A GYERMEK-, IFJÚSÁGI ÉS SPORTMINISZTERIUM PÁLYÁZATAI 2001-2003 KÖZÖTT.....	40
4. TÁBLÁZAT AZ IFJÚSÁGI ÉS SPORTMINISZTERIUM ILLETVE A GYERMEK-, IFJÚSÁGI ÉS SPORTMINISZTERIUM PÁLYÁZATAI 2001-2003 KÖZÖTT.....	40
5. TÁBLÁZAT A 2005. ÉVI KÖLTSÉGVETÉS SPORT FEJEZETÉT MÓDOSÍTÓ JAVASLAT.....	41
6. TÁBLÁZAT AZ OTSH, AZ ISM VALAMINT A GYISM KÖZVETLEN SZABADIDŐSPORT CÉLÚ TÁMOGATÁSAI 1999-2004 KÖZÖTT.....	54
7. TÁBLÁZAT A SZABADIDŐSPORT TÁMOGATÁSÁRA LÉTREHOZOTT KÖZALAPÍTVÁNY ÁTENGEDETT JÁTÉKADÓBÓL SZÁRMAZÓ FORRÁSAINAK ÉS EBBŐL SZABADIDŐSPORTRA FORDÍTOTT TÁMOGATÁSOK ALAKULÁSA 1999-2004 KÖZÖTT.....	54
8. TÁBLÁZAT A NEMZETI SZABADIDŐSPORT SZÖVETSÉG ÁTENGEDETT JÁTÉKADÓKBÓL, ILLETVE KÖZPONTI KÖLTSÉGVETÉSBŐL SZÁRMAZÓ TÉNYLEGES BEVÉTELEI ÉS AZ EBBŐL NYÚJTOTT TÁMOGATÁSOK 2001-2004 KÖZÖTT.....	54
9. TÁBLÁZAT A KÖZPONTI SZABADIDŐSPORT TÁMOGATÁSOK ALAKULÁSA ÖSSZESEN 1999-2004 KÖZÖTT.....	55
10. TÁBLÁZAT A KÖZPONTI SZABADIDŐSPORT TÁMOGATÁSOK REÁLÉRTÉKEN VETT ALAKULÁSA 1999-2004 KÖZÖTT.....	56
11. TÁBLÁZAT A SPORT XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA SPORTFINANSZÍROZÁS ALAKULÁSA 1999-2004 KÖZÖTT.....	57
12. TÁBLÁZAT A SPORT XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA SPORTFINANSZÍROZÁS REÁLÉRTÉKÉNEK ALAKULÁSA 1999-2004 KÖZÖTT.....	58

Ábrajegyzék

1. ÁBRA AZ ÜZLET ELMÉLETÉNEK ELHELYEZÉSE.....	7
2. ÁBRA A SZABADIDŐS SPORTÁGAK ELHELYEZÉSE A NYÚJTOTT ELŐNYÖK ALAPJÁN.....	11
3. ÁBRA AZ ÉRTÉKCSERE FOLYAMATA A SZABADIDŐSPORTBAN.....	18
4. ÁBRA JAVAK TÍPIZÁLÁSA A FOGYASZTÁSBÓL VALÓ KIZÁRTHATÓSÁG ÉS A HASZNÁLAT VERSENYZŐ VOLTA ALAPJÁN.....	25
5. ÁBRA AZ AKTÍV ÜDÜLÉSI FORMÁK IRÁNT ÉRDEKLŐDŐK ARÁNYA (SZÁZALÉKBAN).....	34
6. ÁBRA A KÖZPONTI SZABADIDŐSPORT TÁMOGATÁSOK ALAKULÁSA 1999-2004 KÖZÖTT.....	55
7. ÁBRA A KÖZPONTI SZABADIDŐSPORT TÁMOGATÁSOK REÁLÉRTÉKÉNEK ALAKULÁSA 1999-2005 KÖZÖTT.....	56
8. ÁBRA A SPORT XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA SPORTFINANSZÍROZÁS ALAKULÁSA.....	57
9. ÁBRA A SPORT XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA SPORTFINANSZÍROZÁS REÁLÉRTÉKEN VETT ALAKULÁSA.....	58

Bevezetés

A Nemzeti Sporthivatal (NSH) megbízást adott a Sportgazdaságtani Kutatóközpontnak *Üzleti elemek a szabadidősportban* című kutatás elvégzésére. A kutatás eredményeként két tanulmány készült². Az alábbi tanulmány szerkesztett, rövidített változata András Krisztina, PhD: *Üzleti elemek a szabadidősportban* című tanulmányának, és célja a szabadidősport gazdálkodástana elméleti alapjainak leírása.

Az NSH által megrendelt kutatás relevanciáját az adta, hogy ugyan egyre több szó esik a sport üzleti alapú, üzletszerű működéséről, de eddig nem történt meg ennek a jelenségnek a szabadidősportra vonatkoztatott³ tudományos szintű, a sportgazdaságtan és sportmenedzsment területén megjelenő elméleteket integráló, szintetizáló jellegű leírása. Érdekes annak végig tekintése, hogy vajon mit módosít a szabadidősport gazdálkodástani kezelése a területen azonosítható érintettek (pl. a fogyasztók – piac, állam) közgazdasági és nemzetgazdasági szerepének azonosítása.

A tanulmány a koncepcionális – elméleti háttér bemutatásával kezdődik. Ebben az első fejezetben szó esik a tanulmány megközelítésének jellemzőiről, a modern sport – szabadidősport alakulását érintő – eredetéről, a szabadidősport közgazdasági jellemzéséről, a szabadidősporthoz kapcsolódó fogalmak értelmezéséről, a szabadidősport társadalmi hasznosságáról, majd szolgáltatásként való értelmezéséről.

A második fejezet a szabadidősport legfőbb érintettjeit azonosítja azok elsődleges érintettségeinek bemutatásával. Kitér az állam mint érintett bemutatására, közgazdasági szerepének azonosítására. Szó esik a szabadidősport és – egészségügyön keresztül ható – nemzetgazdasági versenyképesség kapcsolatáról, végül bemutatja a fogyasztókat, magyar fogyasztói szokásokat és egyéb érintetteket.

A harmadik fejezetben a szabadidősport működési környezete leírja azokat a környezeti elemeket, melyek leginkább befolyásolják a mindennapokat, milyen szervezetek működnek ezen a területen, hogyan alakult a szabadidősport állami támogatása.

² András Krisztina, PhD: *Üzleti elemek a szabadidősportban – a szabadidősport gazdálkodástana és Szabó Ágnes: Egyetemisták szabadidősport(-szolgáltatás) fogyasztása.*

³ A hivatásos csapatsportágak esetében – mind nemzetközi, mind hazai tekintetben – új irányt jelentenek az üzleti elemeket a gazdálkodástani fogalmak, ismeretek és összefüggések segítségével leíró kutatások (ld. András, 2003a).

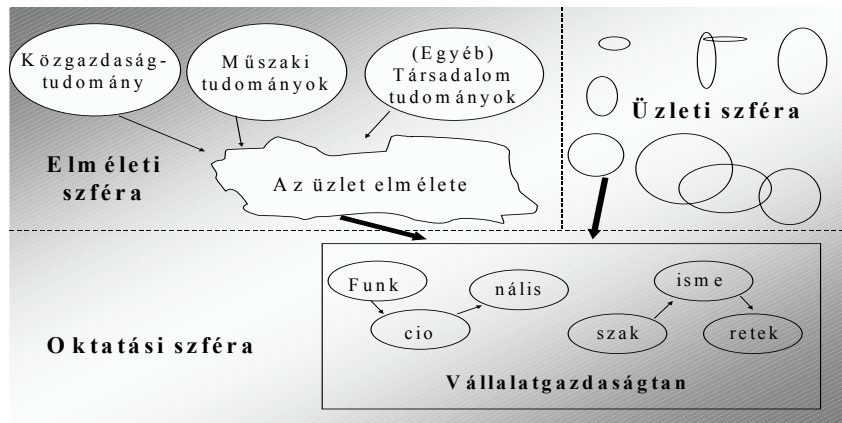
1. Koncepcionális – elméleti háttér

A tanulmány célja, hogy a legújabb kutatási eredményekre és nemzetközi illetve hazai tapasztalatokra építve átfogó képet adjon a szabadidősport gazdálkodástani, üzleti értelmezéséről. A tanulmány sokoldalú, multidiszciplináris megközelítésre törekszik, hogy minél pontosabb képet kaphassunk az ezen területen található sokszínűségről.

A sokoldalú megközelítés fontossá teszi a legfőbb elméleti háttér tisztázását. A szabadidősport gazdálkodástanának leírásakor, az üzleti elemeinek tisztázásakor a kutatónak könnyebb dolga lenne, ha létezne az üzletnek időtálló, egységes elmélete, mely biztos elméleti háttérül szolgálhatna a szabadidősport sajátosságainak figyelembe vételekor.

A kialakult üzleti elmélet hiányában a szabadidősport gazdálkodástanát és a területen megjelenő üzleti értékeket a gyakorlati életben megtalálható jelenségeken, tapasztalatokon keresztül vizsgáljuk. A legfőbb elméleti háttér a Vállalatgazdaságtan adja, mely *olyan társadalomtudományi stúdium, amely a vállalatok működésének elvi alapjait tárgyalja, s ezek magyarázatát adja* (Chikán, 1991). A Vállalatgazdaságtan alapjait az üzleti és az elméleti szféra együttesen jelenti, melyet funkcionális szakismereteken keresztül foglal össze (mindennek illusztrálására ld. 1. ábra).

1. ábra Az üzlet elméletének elhelyezése



Chikán, 2002

A szabadidősport gazdálkodásának leírásakor illetve üzleti elemeinek vizsgálatakor is a kiindulópont a klasszikus közgazdaságtan, melyből a tanulmány egyaránt használja a jól ismert fogalmakat, összefüggéseket. A kontingencia-elmélet alapján később jól elemezhetők a szabadidősport területén működő vállalatok, vállalati modellek, melyek közti eltéréseket a különböző külső és belső környezet indokol. Az érintett-felfogás jelentősége ott mutatkozik meg, mikor azt tapasztaljuk, hogy a sportvállalatok működésük során számos társadalmi és gazdasági szereplővel kerülnek kapcsolatba, akikre kihat ezen vállalatok működése, de ők is befolyással vannak erre.

A sport eredetének áttekintése különösen érdekes a szabadidősport üzleti vizsgálatának esetében, hiszen modernkori kialakulásakor egészen más, az üzlettől eltérő motivációk játszottak szerepet.

1.1. A szabadidősport fogalma

A hagyományos értelemben vett sport fogalmában mindenképpen megtaláljuk az arra való utalást, hogy ezt a tevékenységet az emberek szabadidejükben végezték. Klasszikus értelemben a sport: fizikai erőfeszítéssel, versengéssel járó szabadidőben végzett tevékenység.

A sport fogalmát még manapság is számos tényező tágítja (ld. erről bővebben Nagy, 1996., Sárközy, 2002). A szabadidősporttal kapcsolatosan két tágító tényező azonosítható. Az egyik az életmódban megjelenő változásokkal kapcsolatos és az Egyesült Államokból elinduló *szabadidősport* mozgalom adja, mely némely sporttevékenység esetében kiüzte a versengési

jellemzőt. Ugyanakkor ugyanezen jelenségnek köszönhetően számos új sportágot is létrehozott, és hoz létre még napjainkban is (ld. aerobic, fitness, stb.). Szintén a szabadidős-tevékenységhez kapcsolható tágitó tényező az *egészségügy*, mely a sporttevékenység egészségmegőrző, prevenciós és rehabilitációs, stb. vonatkozásai által kapcsolódik ide. Az alábbi egészséghez kapcsolódó szabadidős cél megjelenésével ezen sporttevékenységek végzése mögül eltűnt a teljesítménykövetelmény. Megállapítható, hogy a szabadidősport elengedhetetlen jellemzője az aktivitás, azaz a testmozgás és a testedzés.

A XX. század második felében a szabadidősport területén is megtalálhatunk üzleti elemeket, melyek legfőbb tényezői Sárközy (2002) alapján a következők:

- A szabadidősport tömegessé válásával kapcsolódó iparágak jöttek létre (pl. sportszerek, sportfelszerelések gyártása, sportlétesítmények biztosítása), melyek legfőbb feladatává a tömegfogyasztás kiszolgálása vált.
- A sport mindemellett az idegenforgalom részévé vált, megjelent a turizmus területén.
- Ingatlanbefektetésként nyereséget eredményező tevékenységgé vált a sportlétesítmények létrehozása, üzemeltetése.
- Napjainkra profitszerzési céllal rendeznek, szerveznek szabadidős sporteseményeket.
- A szabadidősport események is a gazdasági reklámozás egyik alapvető területévé váltak (ld. nagyobb tömegeket megmozgató utcai futóversenyek, tóátúszások, stb. szponzorálása, ezeken reklámozóként való megjelenés), értékes márkává válva komoly immateriális termékként jelenhetnek meg.
- Kialakult a sportszponzorálási üzletág és
- az ún. merchandising, a piacépítő arculatátvitel, mely a különböző termékek sportlógóval való ellátását és értékesítését jelenti a szabadidősport területén is.

Mindezt nagyban elősegítette az 1970-es évek ún. posztmaterialista fordulata, mely előtérbe helyezte az egészséget, a természetet, a szabadban eltöltött időt.

A sport – a társadalom egyik fontos alrendszeréeként – eredetét tekintve egy civiltevékenység, mely mára a gazdaság és a társadalom egyik közös szférájává válva önállósodott, ugyanakkor vannak közös logikai elemek, de megvannak a maga sajátosságai. Éppen ezért érdekes a szabadidősport gazdasági vonatkozásainak tisztázása, közgazdaságtanának, majd gazdálkodásának leírása.

A szabadidősport esetében a csere tárgya a magunk által végzett testmozgás, a sportolási lehetőség, az ehhez kapcsolódó különböző hasznok, illetve a sportoláshoz kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások és eszközök, sportfelszerelések.

A szabadidősportnál tehát a fogyasztó maga a – jellemzően – aktív módon szórakozni vágyó sportoló, és céljai közt – az élvezeti érték mellett – alapvetően az egészségre gyakorolt hatás dominál. A szabadidősportnál a sportoló számára tehát nem a jövedelemszerzés a cél, hanem a szabadidő eltöltése és az egészségmegőrzése.

1. táblázat A szabadidősport közgazdaságtani jellemzése

	Szabadidősport⁴
A sport	<ul style="list-style-type: none"> ▪ szabadidős tevékenység, ▪ fizikai erőfelfejtással jár, ▪ nem szükséges eleme a verseny
A sportoló célja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ szabadidő eltöltés, ▪ egészségmegőrzés
A sportoló közgazdasági szerepe	fogyasztó
Fogyasztó	a sportoló maga
Fogyasztó elsődleges célja	egészségre gyakorolt hatás

Forrás: Nagy, 1995⁵ alapján András, 2002

A hazai és nemzetközi szakirodalmak áttekintése⁶ megmutatta, hogy a szabadidősport fogalmának nem létezik egy mindenki által közösen elfogadott, integráló megközelítése. Mind nemzetközileg, mind hazánkban többféle fogalom él egymás mellett, gyakran nem tisztázott szinonimaként kezelt, tartalmi kapcsolattal. A témához kapcsolódóan ezek közül a legfontosabbak a következők:

- szabadidő- (leisure),
- rekreáció- (recreation) és
- tömegsport.

Kovács (2002) szerint számos közép-európai országban (Ausztria, Belgium, Hollandia, Németország, Svájc és Svédország) a szabadidő (leisure) fogalmakat „szabad idő” (Freizeit)

⁴ Néhány szerző (Dénes – Misovicz, 1994) a szabadidős szegmenst tovább bontja aszerint, hogy a sporttevékenység végzéséhez kapcsolódik-e közvetlen jövedelem, illetve mik a tevékenység által elérni kívánt fő célok.

⁵ Nagy (1995) eredeti írásában rekreációs sportról beszélt, ugyanakkor a „sportpiac” leírásában nem értelmezte sem a fogyasztót, sem annak legfőbb célját. Napjainkban – amikor a sporttal kapcsolatos tevékenységek nagy része a piaci tranzakciók útján zajlanak, akkor – indokoltabb a szabadidősport kategóriájának a használata. Továbbá a sport területén működő vállalatok fogyasztói igények nyereséges kielégítését kívánják megvalósítani, ezért a számukra legfőbb külső, piaci érintett a fogyasztó.

⁶ Az 1. melléklet rövid betekintést nyújt az elfogadottan használt fogalmakról.

értelemben használják. A szabadidő terminus elsősorban az időgazdálkodásban és tevékenységválasztásban való szabadságot emeli ki. Az idézett műben a leisure szóhasználat értelmezés egy sajátos szellemi/tudatállapot (flow). Az angolszász országokban a rekreáció – amely alatt ezen elsősorban tevékenységet, viselkedést értenek – a leisure fogalmától erőteljesen elhatárolt. A tömegsportot napjainkban olyan sportrendezvényeken végezhető aktív sporttevékenységgel azonosítják, ahol megjelenhet a teljesítmény összemérésének motívuma és az anyagi motiváció elhanyagolható.

A fogalmak ugyanakkor közös elemeket és sajátosságokat is mutatnak. Egy részük hangsúlyozza a tevékenység végzésének szervezett formáját, annak szabadidőben végzett önkéntes voltát. Ezzel együtt kizárják a passzív részvétel lehetőségét. Másik részük a hivatásos sport elemeinek (munkavégzés, jövedelemszerzés, versengés, teljesítményösszemérés, stb.) tagadása által definiál. Harmadik részük a definiálást különböző sporttevékenységek vagy azok végzése hatásainak felsorolása által végzi el. Az alábbi tanulmány következetesen a szabadidő- és a hivatásos sport fogalmakat használja.

1.2. A szabadidősport társadalmi hasznossága

Nyerges – Petróczi (2002) szerint a *szórakoztató* szerepkör a szabadidősportban is megjelenik, ahol az aktív mozgást végző maga szórakoztatja önmagát. Egészséges életvitelének részévé válik a sportmozgás, így szabadidejének egyik fontos összetevője lehet. Ennek *társadalmi* hasznossága az említett szerzők szerint a munkaképesség megőrzésén, pozitív élettani mutatóin mérhető le. A szabadidősport *képviseleti*, sporton keresztül reprezentáló funkciója főleg a nagyszabású, nagy tömegeket megmozgató versenyeken való részvételhez, azok rendezéséhez kapcsolódik. A szabadidősport gazdasági funkcióit szintén a nagy, aktív részvételű sportesemények adják. Ezekben az esetekben az üzleti szféra által fontos potenciális fogyasztók és vevők maguk az esemény aktív résztvevői. Mindezek miatt napjainkra elmondhatjuk, hogy a szórakoztatóipar a hivatásos sporthoz⁷ hasonlóan a szabadidő eltöltésre alkalmas néhány sportágat is a részesésévé tett.

A szabadidősport nemzetgazdaságilag fontos szerepet tölt be a turizmushoz és az egészségügyhöz kapcsolódóan is. A turizmusban a nagyobb eseményeken résztvevők maguk jelentenek potenciális piacot az idegenforgalom és ehhez kapcsolódó iparágak számára (vö.

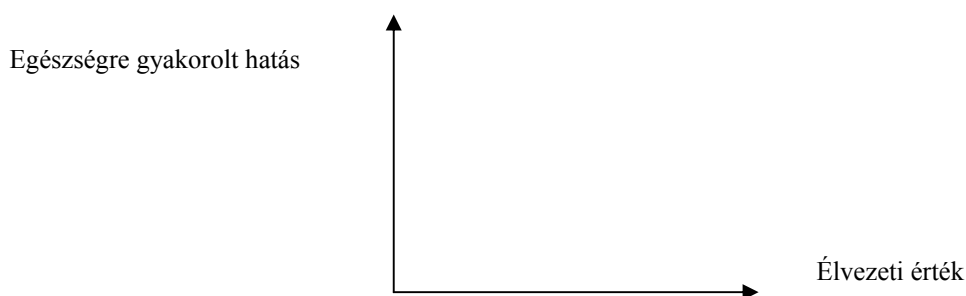
2.1.4. fejezet), míg az egészségügy hatása a legjobban a nemzetgazdasági versenyképesség alakulásán keresztül érhető a legjobban tetten (vö. 2.1.3. fejezet).

A szabadidősport tehát igen sok iparágat érint a sportszergyártástól az élelmiszeriparon, turizmuson keresztül a szórakoztatóiparig, jelentős bevételeket kínálva ezzel az üzleti szféra számára. Az említett iparágak e gazdasági kapcsolatokat potenciális fogyasztóik és vevőik célzottabban pontos és – sok esetben – olcsóbb formába való elérése által, marketing motivációjú (reklám, hirdetés, szponzorálás, stb.) kapcsolódások által aknázhatják ki.

Ha mindezt a közgazdaságtan oldaláról közelítjük, akkor azt láthatjuk, hogy a szabadidősportban a szerzők (ld. Nagy, 1996) három fontos hasznosság típust különböztetnek meg, melyek jellemzően egyidejűleg vannak jelen, de demográfiai szempontból (életkor, jövedelmi helyzet) eltérő jelentőséggel bírnak. Az első hasznosság értelmezés esetében a szabadidősport szorosan kapcsolódik a fizikai és a mentális egészség megőrzéséhez, és idődimenziója van. A második hasznosság során a szabadidősport pillanatnyi élvezetnyújtására kell gondolni, mely csupán a sportolás időtartama alatt van jelen. A hasznosság harmadik típusa ismét az egészséghez kapcsolódik, és ismét rendelkezik idődimenzióval, de nem az egészség által közvetlenül nyújtott hasznokról van szó, hanem azokról az előnyökről, amelyeket a jobb egészségi állapotban levő ember elérhet.

A különböző szabadidősportokat ábrázolhatjuk (ld. 2. ábra) a sportolónak nyújtott előnyök – élvezeti érték és egészségre gyakorolt hatás – alapján, melyből kiderülhet, hogy a fogyasztók számára, mely sportágak tekinthetők egymás közvetlen helyettesítőinek.

2. ábra A szabadidős sportágak elhelyezése a nyújtott előnyök alapján



Egy kanadai tanulmány⁸ a szabadidősportban való részvétel hatásait és előnyeit az egyén, a társadalom és a gazdaság szempontjából mutatja be. A tanulmány⁹ azért készült, mert

⁷ A szórakoztatóipar, hivatásos és látványsport kapcsolatáról ld. bővebben András, 2004.

Kanadában a szabadidős és a hivatásos sporttevékenységben résztvevők száma 1992 és 2004 között 45%-ról 31%-ra esett vissza, ami miatt összességében 4,8%-kal megnövekedett a társadalom egészségügyi kiadása. A sporttevékenység népszerűsítése miatt azonosítani akarták, mi a szerepe az államnak és az önkormányzatoknak a társadalom egyéb alrendszereihez (egészségügy, oktatás, gazdaság) kapcsolódóan.

Ennek kapcsán megállapították, hogy a szabadidős sporttevékenység hat az egyénre, a társadalomra és a gazdaságra.

[1] **Az egyénre:** annak egészségére, jóllétére, szocializációjára, társadalmi kapcsolataira, képességeire

- ✓ egészségi állapotot javít (80% szerint ez nagyon fontos hatás):
 - ezáltal egyéni egészségügyi kiadásokat csökkent,
 - a sporttevékenységben résztvevők nagyobb százaléka jellemzi saját általános állapotát kiválóként (70% vs. 86%),
 - testsúlykontrollra alkalmas,
 - segíti a saját egészséghez való proaktív hozzáállást,
 - csökkenti a stresszt, kevésbé érzi stresszesnek az életét az, aki sportol,
 - hozzájárul a lelki egészséghez,
 - csökkenti a mortalitási rátát, hosszabb életet biztosít,
 - az egészségesebbek nagyobb teljesítményre képesek,
- ✓ fizikai állapotot javít (80% szerint nagyon fontos hatás),
- ✓ mentális állapotot javít,
- ✓ szórakozást, kikapcsolódást (79% szerint nagyon fontos hatás) jelent,
- ✓ sikerélményt (61% szerint nagyon fontos hatás) ad,
- ✓ egyfajta lehetőség arra, hogy az ember együtt legyen a családdal, barátokkal (53% szerint nagyon fontos hatás),
- ✓ olyan képességeket, készségeket (52% szerint nagyon fontos hatás) fejleszt¹⁰: amelyek transzferálható képességek mind a munka, mind az élet egyéb területein.

⁸ „Strengthening Canada”-tanulmány (The socio-economic benefits of sport participation in Canada, http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/sc/pubs/socio-eco/sports_participation_e.pdf, 2006 márciusi tartalommal), magyarra fordította: Szabó Ágnes

⁹ A kutatás 2408 háztartás körében végzett reprezentatív minta alapján teszi meg megállapításait.

¹⁰ Pl. kitartás, együttműködés, alkalmazkodóképesség, ügyesség, koncentráció, gyorsaság, erő, állóképesség, csapatmunka, problémamegoldás, döntéshozás, felelősség önmagamért és másokért, vezetési, irányítási képességek, kommunikációs képességek, bátorság, küzdés egy célért, tisztelet, önfegyelem, önfeláldozás, fair-

- ✓ segít új barátok, ismerősök szerzésében (49% szerint nagyon fontos hatás),
- ✓ segíti a versenyhelyzetekhez való hozzászokást, helytállást (37% szerint nagyon fontos hatás),
- ✓ levezeti a fölös energiákat, agressziót (nem máshol engedik ki ezeket, ami rendbontáshoz, huliganizmushoz vezethetne, és a társadalom rendfenntartási költségeit növelné).

Mindezek következtében gazdasági potenciált rejt a fizikai aktivitás növelése és ennek hatása a teljesítményre, mivel a humán tőke, a tudás, a képességek, készségek felértékelődtek a gazdasági életben. A tanulmány kimondja, hogy a készségek/a képességek/a képzettség egy sikeres gazdaság alapjai és annak fokmérői, hogy a globális világpiac kihívásait mennyire képes teljesíteni, túlélni egy nemzet.

[2] **A társadalomra:**

- ✓ szociális kohéziót jelent,
- ✓ közösségformáló erőt ad,
- ✓ közösségi szellemet növel,
- ✓ társadalmi tőkeként jelenik meg,
- ✓ nemzeti és kulturális identitásformáló erő,
- ✓ hozzájárulnak egy helység társadalmi-szociális fejlődéséhez,
- ✓ könnyebben leküzdhetők általa a társadalmi egyenlőtlenségek, faji és egyéb diszkriminációk,
- ✓ csökkenti a (fiatalkorú) bűnözést, huliganizmust és növeli a közbiztonságot.

[3] **A gazdaságra:**

- ✓ munkahelyeket teremt (Kanadában az összes munkahely 2%-át),
- ✓ hozzájárul a gazdasági növekedéshez¹¹,
- ✓ költést generál¹²,

ség, tisztesség, szabályok betartása, egyenlő bánásmód elve, siker és kudarc kezelése. 2004-ben az EU is végzett e témában felmérést. A megkérdezettek 78%-a szerint a sport egészségfejlesztő, 46% szerint teljesítőképességet fokoz, 43% szerint kikapcsolódást nyújt, 39% szerint szórakoztat, 24% szerint lehetőséget ad arra, hogy együtt lehessen a barátokkal, 16% szerint képességeket fejleszt, 15% szerint személyiségfejlesztő, 52% szerint fejleszti a csapatmunkát, 46% szerint fegyelemre tanít, 38% szerint barátságok köthetők, és megtanít küzdeni, 33% szerint önfegyelmet ad, 32% szerint fair-playre tanít, és ugyanennyien válaszolták, hogy erősíti a mások iránti tiszteletre való hajlandóságot, és 31% szerint megtanít alkalmazkodni a szabályokhoz - természetesen több válasz is megjelölhető volt.)

¹¹ 2004-ben 15,8 milliárd dollárt költöttek összesen a háztartások valamilyen formában sportra (ez a GDP 1,2%-át tette ki, 1996-ban még csak a GDP 0,9%-át).

- ✓ kapcsolódó iparágak fejlődéséhez, munkahelyteremtéshez járul hozzá:
 - sportruházat, sportcipőgyártás, -forgalmazás,
 - sportszerek-, sporteszközök gyártása, forgalmazása¹³,
 - létesítményépítés, üzemeltetés,
 - egyéb kapcsolódó szolgáltatók (büfé, masszázs, egészségügyi szolgáltatások stb.)
 - közlekedés,
 - turizmus,
 - média.

Érdeemes a gazdaságot érintő egészségügyi problémák nagyságrendjét a kanadai tanulmány alapján külön szemléltetni. Az alábbi számok alapján elmondható, hogy a szabadidőben végzett sporttevékenység hatalmas gazdasági potenciált rejt a fizikai inaktivitás csökkentése és ennek egészségre gyakorolt hatása által.

- ✓ Kanadában 2,1 milliárd dollárnyi kiadás, az éves direkt egészségügyi kiadások 2,5%-a fizikai inaktivitásnak köszönhető, további 3,7 milliárd pedig az éves indirekt költségek összege (betegség miatti kiesés a munkából és az ebből adódó termelés-kiesés, valamint a betegségek miatti korai elhalálozásokból fakadó "teljesítménykiesés").
- ✓ Az inaktívok számának 10%-kal való csökkentése éves szinten 150 millió dollár direkt és 5 milliárd dollár indirekt költségtől óvna meg a kanadai társadalmat.
- ✓ 4,3 milliárd dollár az elhízottság (ami a fizikai inaktivitásnak köszönhető nagyrészt) miatti direkt és indirekt költségek összege éves szinten¹⁴.

¹² Átlagosan egy háztartás 1963 dollárt költött sportra (összes költségeinek 2,18%-a) A jövedelem-elaszticitást Kanadában 3%-osra becsülik, mely szerint minden újabb megkeresett dollár 3 centes többletkiadást eredményez sportra, azaz ha plusz 10 000 dollárt keres valaki, átlagosan 300 dollárral fog többet költeni sportra.

¹³ Kanadában a háztartások összköltségének megoszlása: 20% sportruházatra, 30% felszerelésre, sporteszközökre, 35% belépőkre, bérletekre.

¹⁴ Az USA-ban is folyamatosan végeznek hasonló felméréseket, ott a fizikai inaktivitásnak és az elhízottságnak az összes direkt költsége az összes egészségügyi kiadás 9,4%-át tette ki 1995-ben.

1.3. A szabadidősport mint szolgáltatás

Az 1980-as évek közepétől látványos változások zajlottak le a fejlett piacgazdaságok sportjában, mely fizetőképes keresletet eredményezett mind a hivatásos, mind a szabadidősport iránt. Az alapszükségletek széles körben magas fokon való kielégítettsége és a megnövekedett, egyre értékesebbé váló szabadidő megnövelte a sportszolgáltatások iránti keresletet. Mindezekon felül a jóléti államok egyre inkább szembesültek a fejlettségükből adódó egészségügyi problémákkal (elhízás esztétikai és egészségkárosító hatása, stresszel járó problémák, stb.). Az EU célkitűzései között is megtaláljuk az életminőség javításának célját, melybe a szabadidősport is megtalálható, mint a megelőzés egyik legolcsóbb formája. A fejlett piacgazdaságokban mára a sport mindkét formája a szolgáltató szféra üzleti elveken működő részévé vált.

A sporttevékenység előállítása magántranzakciók útján jön létre, melynek két előállítási módja:

- üzleti alapon, melynek célja a sport területén működő vállalat nyereséges működése és
- egyesületi alapon, melynél a legfőbb cél a sportolók hasznosságának maximalizálása.

Az utóbbi esetben a tevékenység a tranzakciós költségek csökkentése érdekében állt össze, nincs egyéb profitszerzési cél.

A sport szolgáltatásként való értelmezése Magyarországon különösen fontos napjainkban. A szolgáltatási koncepció, a szolgáltatásmenedzsment elveinek érvényesítése segíthet abban, hogy a magyar sport az állami finanszírozástól elszakadva, fogyasztóorientált tevékenységé válva, üzleti elven működve tartsa el önmagát.

Misovicz (?) szerint a sport működésének lényegét tekintve tevékenységek, események „értékesítését” jelenti, így a sport üzletszerű működésének a vizsgálatok a szolgáltatásmenedzsment fontos elméleti háttérrel jelenthet. A sportszolgáltatást a rendelkezésre álló erőforrások olyan felhasználásaként értelmezem, melynek célja, hogy a fogyasztó állapotában változásokat végrehajtva „hozzáadott értéket” teremtsen (Demeter-Gelei, 2002 alapján András, 2002). A szerzők eredeti értelmezésükben nemcsak a fogyasztó, hanem a jószág állapotában végrehajtott változásokra is kitérnek, de utóbbinak a sportszolgáltatások esetében nincs gyakorlati relevanciája.

A sport fogyasztói és a szolgáltatók is csak külön értelmezhetők a szabadidősport esetében. A fogyasztók szegmentálhatók a hagyományos szempontok szerint (Bauer-Berács, 1998), ugyanakkor a sportban kiemelt szerepe lehet az életstílus, attitűd és a fogyasztás jellemzői szerinti szegmentálásnak.

A fogyasztók sokszínűsége miatt nehéz a szolgáltatást pozicionálni, komoly vezetési problémát, dilemmát jelent az eltérő csoportok közti választás, vagy az egy időben történő kiszolgálás.

Míg a szabadidősportban viszonylag egyszerű a szolgáltató azonosítása. Az azonosítást segítheti, ha különválasztjuk egymástól az alap-, illetve a kiegészítő szolgáltatást, ami nem jelenti azt, hogy az alapszolgáltató nem nyújthat egyben kiegészítő szolgáltatást is. Alapszolgáltatónak tekinthetjük az eseményt rendező szervezetet, mely lehet sportegyesület, gazdasági társaság vagy akár sportági szövetség, liga is. Ebben az esetben a szervezésen és nem az esemény jogtulajdonlásán van a hangsúly. A nemzetközi események tekintetében gyakran elválnak a jogtulajdonos személye és a szervezőbizottság egymástól.

A sport alapvetően ún. intézményes szolgáltatás (Hilke, 1989), melynek jellemzője, hogy az áru fő funkciója a nyújtott szolgáltatás maga. A Lovelock-i szolgáltatásosztályozást figyelembe véve a sportszolgáltatási tevékenység természetét tekintve emberre irányuló, megfoghatósága nehezebben eldönthető, ld. szabadidősport testre irányuló hatása. A fogyasztókkal való kapcsolat valamennyi formája megtalálható a sportban. Egyaránt látunk példát a folyamatos és egyedi szolgáltatásra, a formális (tagsági viszony megléte) és az informális kapcsolatra.

A sportszolgáltatások további fontos jellemzője, hogy valamilyen cserekapcsolatokon keresztül megvalósuló tevékenységről van szó: a szabadidősportban a szabadidő hasznos eltöltéséért hajlandó a fogyasztó fizetni. Maga szolgáltatás megfoghatatlan, bár az élmény létrejöttéhez sokszor kézzel fogható tárgyra, infrastruktúrára van szükség. A sportszolgáltatásoknak, mint minden szolgáltatásnak van egy személyi és egy tárgyi oldaluk. A személyi oldal itt a kiszolgáló személyzet vagy a sportfogyasztó teljesítményeként jelenik meg, míg a tárgyi oldal a szükséges infrastruktúrák, gépek, stb. minőségét, gyorsaságát, hatékonyságát jelenti.

A sportszolgáltatás személy- és kapcsolatorientált. A fogyasztó része, aktív résztvevője a szolgáltatásnak, amely egyrészt azt jelenti, hogy hiányában nincs szolgáltatás, másrészt, hogy a többi fogyasztó jelenléte, viselkedése meghatározó módon befolyásolja az egyes fogyasztók

hasznosságérzetét. A fogyasztó nagyon sokszor a magában élő kép alapján dönt a szolgáltatás igénybevételéről, melynek kialakulásában a saját tapasztalaton túl nagyon fontos szerepet játszanak a referencia csoportok által megfogalmazott vélemények, és az ún. szájreklám. A szolgáltatást létrehozó „személyzet” (a szabadidősport esetében a kiszolgáló személyzet) is részese a szolgáltatásnak, teljesítményük, viselkedésük, képzettségük szintén meghatározó a minőség esetében. Az értékteremtés végett a fogyasztónak látnia kell, hogy a szolgáltatás esetében minden körülötte forog. A sportszolgáltatás több rétegű, sok összetevőjű. Ennek következtében nehéz a minőség meghatározása, ellenőrzése, de gondot jelent az ár meghatározása egyaránt. Nem készletezhető, adott időben, adott helyen kell átadni, melyet a szakirodalom az „igazság pillanata”-ként ragad meg. Fontos sajátossága, hogy sokféle fogyasztói szegmensnek is eladható, melyek a kereslet legfőbb elemeit jelentik. Gyakran mikor azt akarjuk eldönteni, hogy egy sportszervezet üzletszerűen működik-e vagy sem, akkor az egyik jellemző, melyet érdemes megvizsgálni, hogy a szolgáltatás szemléletében fogyasztóorientált-e vagy sem.

A sportszolgáltatások típusainak (ld. 2. táblázat) meghatározásakor a csere tárgyán túl érdemes a sportszolgáltatás előállítási folyamatát is figyelembe venni. A két alapesetet az üzleti és az egyesületi alapon történő előállítás jelenti. A kettő közti legfőbb különbséget a szolgáltatást nyújtó fő célja jelenti. Míg az üzleti alapú szolgáltatás esetében jól azonosítható a tulajdonos, és annak legfőbb célja, mely az üzleti haszon maximalizálását jelenti. Addig az egyesületi (tagsági) alapon működő szolgáltatás esetében a cél a tagok hasznának maximalizálása, akik a tranzakciós költségek csökkentése érdekében alakítottak szervezetet.

2. táblázat *A szabadidősport-szolgáltatások típusai*

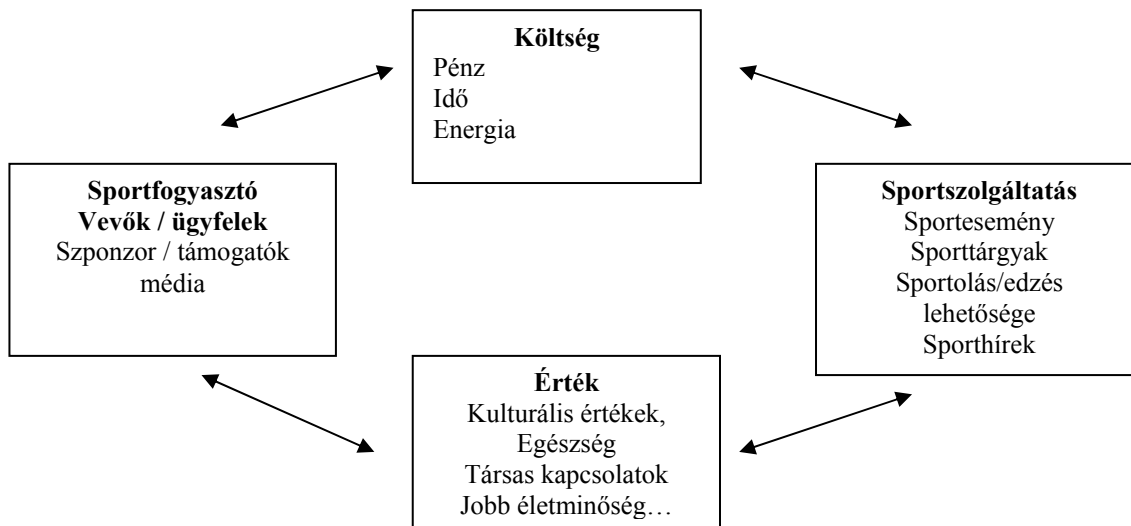
	Szabadidősport
Egyesületi modell	magyar utánpótlás-nevelés, szabadidősportok
Üzleti modell	fitness-klub

Az üzleti elven működő sportvállalat alapvető céljából következően a cél az, hogy olyan sportszolgáltatást nyújtson, mely fogyasztói igényeket elégít ki, nyereség realizálása mellett. Tiszta piaci viszonyok között az a sportvállalat, amelyik olyan szolgáltatást állít elő, melyre nincs piaci igény, törvénytörően tönkre megy.

A sport piacosodása a szabadidősportban abban érhető tetten, hogy a szabadidős sportszolgáltatásokat növekvő arányban olyan vállalatok állítják elő, amelyek amúgy

semmilyen különösebb (köz)gazdasági sajátosságokkal nem rendelkeznek. Olyan szolgáltatást nyújtanak, mely értéket teremt a fogyasztó számára, azaz hajlandó érte piaci tranzakció során fizetni, mert valamilyen igényét kielégíti a szolgáltatás igénybevétele.

3. ábra Az értékcsere folyamata a szabadidősportban



Forrás: Shank (2002) és Neulinger (2006) alapján

Neulinger (2006) szerint a megvásárolt érték csak részben megfogható, az eszmei, szimbolikus érték nagyobb jelentőséggel bír.

A sportszolgáltatások egyik további fontos jellemzője a tranzakciók idejének növekedése, mely által egyre bonyolultabbá, gazdagabbá váltak a szolgáltatások. Mára a sport nem is szolgáltatás, hanem inkább szolgáltatás-csomagként jelenik meg.

A szabadidősport üzleti jellegűvé alakulása, valódi szolgáltatássá válása a fogyasztók középpontba helyezését jelentette. A fogyasztó-orientáció ereje a sportvállalatok bevételi szerkezetében is megmutatkozik.

A sportszolgáltatások menedzselésének két fontos jól ismert elve van. Egyrészt meg kell érteni a fogyasztók hasznossági értékét, melyek a megelégedettségüket szolgálják, másrészt a megérteni azt, hogy mindehhez hogyan járulhat hozzá a kínált szolgáltatás, és annak fizikai környezete. Röviden: hogyan lehet kiszolgálni a fogyasztókat, teljesíteni elvárásukat. Ennek megvalósulásához a szolgáltatások nyújtása során a leginkább szerepet játszó vállalati funkciók a marketing, az emberi erőforrás menedzsment és a tevékenység-menedzsment

(operations management) (Demeter – Gelei, 2002). A marketing elsősorban meghatározza a megcélzott fogyasztói csoportokat, segít a fogyasztók megfelelő kezelésében, a velük való kommunikációban, elősegíti az elkötelezettség kialakítását, a minőség mérését. Az emberi erőforrás menedzsment biztosítja, hogy a sportvállalat humán oldala megfelelően képzett és érdekelt legyen. A tevékenység-menedzsment alapvetően a szolgáltatási csomag kialakításáért felel.

2. A szabadidősport érintettjei

A szabadidősport működése során számos gazdasági és egyéb társadalmi szereplővel kerül kapcsolatba. Működését, szereplői magatartásának általános vonásait alapvetően meghatározza a környezethez való viszonya. A környezet számtalan szereplői közül elsősorban azok az érdekesek, melyek a vállalattal tartós, lényegi és kölcsönös kapcsolatban állnak (Chikán, 1991). Ezeket nevezi a szakirodalom érintetteknek (stakeholder). Ez a kapcsolatrendszer egy olyan háló, melynek minden csomópontja egyaránt jelentős és ezeken keresztül kapcsolódik be a sportszervezet a társadalomba, illetve a gazdaságba.

A kutatás elképzelése szerint a gazdaság, a társadalom és a természeti környezet alkotta hármas viszonyára az alternatív közgazdaságtan által képviselt „beágyazottság” eszméje a jellemző (bővebben Polányi, 1976), mely szerint az említett három rendszer egymásba ágyazottan működik. Vagyis a szabadidősport mindig konkrét társadalmi és természeti kontextusba ágyazottan működik, így működése nem érthető meg ezek azonosítása nélkül. Ezért a következőkben stratégiai elemzést végzek az üzleti irodalomban manapság oly népszerű, az érintett-elméleten alapuló érintett-menedzsment (stakeholder management) eszközrendszerét felhasználva (bővebben Freeman, 1984).

Első lépésben azonosítva azokat az egyéneket vagy csoportokat, melyek vagy akik a működésben érintettek, majd felvázolva érintettségüket és a szabadidősport-érintett kapcsolat jellegét. Leszögezhető, hogy nincs két olyan szabadidősport szervezet, melynek az „*érintett-térképe*” azonos lenne, így a fejezet végére egy általánosított érintett-sémát alakul ki. Ugyanakkor a szereplőknek minden fontosabb döntéssel kapcsolatban más és más lehet ez a „*térképe*”, és időben megváltozhat az egyes érintettek és a szabadidősport tárgyalási pozícióit jelképező érintett-erőtere is.

Látni fogjuk, hogy az egyes érintett-csoportok nem alkotnak homogén egységet, így további szegmentálást kell végezni, hogy feltárhatóvá váljanak a sajátos érdekeik is. Az érintett-háló átfedéseket fog tartalmazni, ezért az érintettségeket csak több dimenzióban írhatjuk le, felhasználva az *érintett-mátrixot*. Az érintett-mátrix egyik dimenzióját a különböző érintettek érintettsége, a másikat a hatalom fogja adni, abban az értelemben, hogy a szabadidősport mennyire képes az erőforrásokat önmaga felhasználni. Az érintettségénél Freeman (1984) alapján három kategória különül el. Az érdekeltség lehet: tulajdonosi, gazdasági (vagy piaci),

illetve befolyásolási (vagy „kibic”). A hatalom három kategóriája: szavazati, gazdasági és politikai hatalom.

A tanulmány az alábbi fejezetekben két érintettet vizsgál meg részletesen. Először az állami szerepet, valamint az üzleti elemek azonosítása miatt, az üzleti működés alapját biztosító fogyasztókat, azaz a szabadidejükben sportolókat elemezzük. A fejezet végén szó esik még egyéb érintettekről, közülük is kiemelhetők a különböző események és ezek szervezői. További fontos érintett a szabadidősport állami és önszabályozó szervezetének rendszere, amit a következő, a szabadidősport működési környezetéről szóló fejezetben mutatunk be.

2.1. Az állam szerepe

A következő fejezetben az állami szerep esetében kitérünk annak közgazdasági és gazdálkodástani szerepére. Vizsgáljuk a közgazdaságtani elméleti szerepeket és a – gazdasági versenyképességen keresztül – a makrogazdasági kapcsolódásokat.

2.1.1. Az állam mint érintett

Ha az állam érintettségét közgazdaságilag vizsgáljuk, akkor át kell tekintenünk a keresleti és a kínálati oldalon játszott szerepeit. Az államnak szerepe lehet mind a kereslet élénkítésében, mind a széles társadalmi rétegek számára elérhető kínálat megteremtésében. A keresleti oldalon jelentős szemléletváltásra, tudatformálásra van szükség. Meg kell ismertetni, kommunikálni kell az egészséges, mozgásgazdag életmód fontosságát. Ez az üzleti szférának is érdeke lesz akkor, ha tevékenysége szabadidősport-szolgáltatások nyújtásához kapcsolódik. A végső cél, az ideális állapot az lenne, ha az embereknek széles körben belső igényévé válna a rendszeres testmozgás. Kínálati oldalon a meglévő létesítmények kihasználtságát kell javítani valamint új létesítmények létrejöttét segíteni. Az államnak nemcsak feladata, hanem érdeke is, hogy az emberek szabadidejükben sportoljanak.

Jelenleg a piacbővülés a keresleti oldal nem kellően dinamikus növekedése miatt nem ideális. Fontos lenne minél több potenciális fogyasztót tényleges fogyasztóvá tenni. A megfelelően ösztönzött kereslet oda vinné a forgalmat és a bevételeket, ahol értékarányos, illetve színvonalas szolgáltatást kapna érte a fogyasztó. Azért is lenne jó a keresleten keresztül

ösztönözni a rendszert, mert az eddigi tapasztalatok szerint a kínálati oldalon keresztül szabadidősportra fordított állami támogatásokat a túlstrukturált szabadidősport-szervezeti rendszer nem volt képes hatékonyan felhasználni. Az állam elsősorban a keresletet kell, hogy élénkítse, és a kínálati oldal szereplőinek adott lesz a lehetőség, hogy éljenek a megnövekedett kereslet nyújtotta lehetőségekkel, hogy kiszolgálják, hogy a lehető legjobban kiszolgálják igényeit, az elégedett fogyasztók megteremtésével hosszú távú profitlehetőségeket teremtve saját maguknak. A kínálati oldal támogatása is szükséges lehet a feltételek megteremtéséhez, azonban hosszú távon mindenképpen piaci szabályok érvényesülnek és a kínálati oldal szereplői alkalmazkodnak a kereslethez, annak messzemenő kiszolgálásához. Liberális közgazdászok szerint az állam csak a piaci tökéletlenségek korrigálásával kellene hogy foglalkozzon. Állami feladatot jelentene a szabadidős sportszolgáltatást nyújtó szakemberek képzésének támogatása, a megfelelő szakképzési követelmények biztosítása, a minőség szabályozása és ellenőrzése, minőségbiztosítási garanciák kidolgozása, versenyszabályozás a létesítmények, a szolgáltatók, a szolgáltatások esetén, valamint a sportcélú civil szervezetek támogatása.

A sportlétesítményeket – jellemzően veszteségesen – működtető cégekben csaknem felében az állam, negyedében az önkormányzatok és ennél kisebb hányadban a társasági tulajdon van jelen.

A költségvetési források helyett, mellett bevonhatók, be kell vonni az önkormányzatokat, az EU-t¹⁵, a vállalatokat munkaadóként (felmerült az üdülési csekk mintájára egyfajta sportolási csekk gondolata) és befektetőként és a lakosságot, hogy diszkrecionális jövedelmükből költsenek, többet költsenek szabadidősportra (adhatók lennének például adókedvezmények, adójóváírások a szabadidősport szolgáltatás igénybevétele esetén – egészségpénztári gyakorlat mintájára).

Mindezek alapján elmondható, hogy az állam a szabadidős sporttevékenység esetében valamennyi Chikán (1991) által megállapított gazdálkodástani működési érinteti szerepben azonosítható:

- szabályozó,

¹⁵ Közvetlenül a hivatásos sport finanszírozására az Európai Unió nem biztosít forrásokat, de lehet pályázni létesítményfejlesztés céljából, versenyképesség javítása céljából – gyógyturizmus, falusi- és ökoturizmus fejlesztése –, lakosság életmód tudatosságát fejlesztő programokra, munkahelyteremtésre.

- tulajdonos,
- a fejlesztés támogatója,
- partner,
- fogyasztó,
- versenytárs,
- szállító.

András (2002) alapján az állam ebben a megközelítésben sem homogén egységként, hanem csak intézményei által értelmezhető. Fontos *szabályozó*, törvényhozó szerepet tölt be, amely a különböző országokban eltérő intézményesültséget ölthet: lehet miniszteriális vagy államtitkári szintű, szerepe az Európai Unió csatlakozással változóban van. Az állam mint szabályozó a keretfeltételek alakításában és biztosításában központi jelentőségű. Az állam néha *tulajdonos*ként is megjelenhet a szabadidősportban: jellemzően a szükséges infrastruktúra, a sportlétesítmények birtoklásában, (ahol azonban megjelennek a *helyi önkormányzatok* is). Fontos szerepköre van a reálinfrastruktúra megteremtésében, illetve a szabadidős sporttevékenység finanszírozásában, támogatásában is. Szerepet játszik az állam az *adóhatóság*on keresztül a jövedelmek megadóztatásában, a közteherviselés előmozdításában, illetve ugyan csak csekély mértékben, a *társadalombiztosítási rendszer* finanszírozásában is. A nemzeti, illetve a regionális *versenyhivatalok* mint állami intézmények sok esetben szintén korlátozó tényezőként jelenhetnek meg. Az állam *finanszírozó* szerepkört tölthet be különböző intézményei által (szerencsejáték szervezetek, központi költségvetés). A végrehajtó hatalom a mindenkori *kormányzat*: a különféle iparági és nemzeti szintű érdekek képviselője, többnyire kedvezmények és pénzalapok felállításán keresztül.

2.1.2. Az állam közgazdasági szerepe

Láthattuk (vö. 1.1. fejezet), hogy a sport eredetét tekintve magán-, civiltevékenység, és területén fejlődése, továbbá az üzleti elemek behatolása okozta az állam megjelenését. Sárközy (2000) alapján mindez a XX. századra tehető. Napjainkra az állam sokhelyütt támogatja, finanszírozza a sporttevékenységet, ezzel kapcsolatban viszont szabályoz, szubvencionál, befolyásol is. Ha ez így, akkor megszűnik a sport tisztán önszabályozása, megjelenik a jogi szabályozás, kialakul a viszonylag önálló sportigazgatás szervezetrendszer.

Tekintésük át azokat az állami feladatokat a szabadidősportban, amelyek közgazdaságilag könnyen igazolhatók.

Ehhez Stigler (1975) hagyományos elméletét felhasználva¹⁶ megállapíthatjuk, hogy az állam gazdasági feladatai a következők:

- hatékonyság,
- igazságosság és
- stabilitás biztosítása.

Stigler (1975) értelmezése szerint a hatékonyság keretén belül az állam feladata a verseny feltételeinek szavatolása, a piaci tökéletlenségek korrigálása és a centralizált tervezéssel és erőforrás-allokációval a társadalmi optimalizáció megvalósítása. Mindezek alapján a szabadidősporttal kapcsolatosan is szabályozni kell a versenyt, amit Magyarországon a Gazdasági Versenyhivatal az ún. versenytörvény betartatása által biztosít. Korrigálni kell a piaci tökéletlenségeket, amelyek a szabadidősportban is jellemzően az ún. közjóságok és külsődleges gazdasági hatások (externáliák) kapcsán merülnek fel.

Nagy (1996) alapján¹⁷ a szabadidős sportszolgáltatásokat különböző csoportokba sorolhatjuk aszerint, hogy a fogyasztó kizárható, tehát a fogyasztás versenyző vagy a fogyasztó nem¹⁸ zárható ki. (4. ábra)

¹⁶ Klasszikus közgazdász, Adam Smith munkáit is használhattuk volna, aki három elvárást fogalmazott meg az állammal szemben: tartsa fenn a rendet, szerezzon érvényt a jognak és az elesettek támogatása által biztosítsa a méltányosság megvalósulását.

¹⁷ A Szerző eredeti művében végig rekreációs jószágról beszél, amelyet ezen tanulmány gazdálkodástani megközelítése miatt itt következetesen szabadidős sportszolgáltatásként említünk.

¹⁸ Egyáltalán nem zárható ki vagy túlzottan sokba kerülne ennek megvalósítása.

4. ábra Javak tipizálása a fogyasztásból való kizárhatóság és a használat versenyző volta alapján

		A használat versenyző	
		igen	nem
A fogyasztó kizárható a fogyasztásból	igen	Magánjavak tenispályák, fitness szalon	Díjköteles javak szervezett túrák
	nem	Közös javak köztéri sportpályák	Közjavak városi parkok, erdők, vizek

A szolgáltatások egyik tiszta típusa a magánjavak, amelyek esetében a fogyasztó kizárható a fogyasztásból és az egyik fogyasztó által való használat csökkenti a többiek lehetőségét a fogyasztásra (ugyanakkor az adott jószágot más nem használhatja). A javaknak ez a típusa az, melyet többnyire a nyereségorientált üzleti vállalkozások nyújtanak.

A szabadidős sportszolgáltatások másik tiszta típusánál, amely esetben a fogyasztásból való kizárás lehetetlen vagy túl költséges, illetve a használat nem versenyző (egy jószágot egyszerre többen is fogyaszthatnak). A közjavaknál a profitorientált üzleti szféra nem képes a megfelelő kínálat biztosítására. A fogyasztásból való kizárás lehetetlensége miatt ugyanis felmerül az ún. „potyautas-probléma”¹⁹. A közjavak léte tehát egy olyan újabb piaci kudarcot jelent (a piaci mechanizmusok nem biztosítják a javak előállítását), amely szükségessé teszi az állam beavatkozását. A szabadidős szolgáltatások esetében elsősorban a természeti erőforrás alapú sportokat (vízisportok, természetjárás, futás, hegymászás, stb.) szokták közjavaknak nevezni. Nem teljesen tiszta közjavakról van szó, hiszen a fogyasztásból való kizárás, ha nagy költségek árán is, de elvileg lehetséges és az, hogy a használat sem versenyző csak egy bizonyos mértékig²⁰. Helyesebb, tehát ha úgy fogalmazunk, hogy a szabadidősportnál a szolgáltatások egy része bizonyos mértékig a közjavak jellemzőivel rendelkezik (ha nem is közjószág), és ez indokolja közgazdaságilag az állami beavatkozást a kínálat oldalán.

A piacon jelentkező kudarcok, a sokfajta és igen jelentős pozitív externális hatások a közjavak jelenléte miatt a profitorientált üzleti vállalkozások önmagukban nem képesek a kínálat megfelelő nagyságát biztosítani. A kínálati oldal sokszínűsége, az állami szektor, a non-profit

¹⁹ A fogyasztó úgy veszi igénybe a szolgáltatást, hogy nem hajlandó kifizetni az árát, mivel úgy sem lehet őt kizárni a fogyasztásból.

klubok és a vállalatok megjelenése az üzleti vállalkozások mellett olyan sajátossága a piacnak, amely a szabadidősport tulajdonságaiból vezethető le.

Sajátos helyzetben vannak a sportszerelés felszerelések gyártói. A szabadidős sportolási lehetőségek szolgáltatói számára a sportszerek és felszerelések gyártói szállítóként jelennek meg. Olyan inputokat nyújtanak a kínálat szereplői számára, melyeket felhasználnak a szabadidős sportszolgáltatások előállításánál. A sportszerek és -felszerelések gyártói közvetlenül a fogyasztóknak is értékesítik termékeiket. Ez a piac nagyon szoros kapcsolatban áll a szabadidős sportolási szolgáltatások piacával, hiszen a szabadidősport és a sportszer egymással kiegészítő viszonyban van. Ha tehát nő a szabadidőben végezhető sportszolgáltatások iránti kereslet, akkor a sportfelszerelések iránt is nőni fog ez. A sportszerek gyártói számára tehát alapvető kérdés, hogy mi történik a szabadidősport területén, hiszen termékeik iránti kereslet nagymértékben az ezen a piacon kialakuló kereslet fogja meghatározni.

Nagy (1996) szerint a szabadidős sportolás újabb sajátossága, hogy igen jelentős pozitív külsődleges gazdasági, ún. externális²¹ hatásai vannak (az alábbiakat vö. 1.2. fejezet).

A pozitív externáliák első típusa az egészséghez kapcsolódik. A szabadidős sportolás az egészségen keresztül nemcsak a fogyasztóknak nyújt hasznokat. Minél jobb a társadalom tagjainak egészségi állapota, annál kisebb teher hárul az egészségügyre és a társadalombiztosításra. A társadalom egészségi állapotának javulásával pénzben mérhető költség-megtakarítás válik lehetővé.

A népesség gazdaságilag aktív részének egészségi állapotában történő javulás pozitív externáliát jelent az üzleti szféra számára is, hiszen jobb fizikai és szellemi kondícióban lévő munkaerőhöz jut. Javulhat ezzel a munkatermelékenység, csökken a betegség miatti hiányzás, ami pénzügyileg is kimutatható előnyökkel járhat a vállalatok számára.

Ez a hatás nem externális többé a vállalat számára akkor, ha ő nyújtja a dolgozói számára a szabadidős sportolás lehetőségét, ezáltal megfizetve a jobb minőségű munkaerőhöz jutás árát. Sőt abban az esetben, ahol – mint sok japán vállalatnál – a munkahelyi torna kötelező és az

²⁰ Hiszen a tavak, folyók, erdők, parkok, stb. túlzott igénybevétele esetén az egyén fogyasztása már csökkenti a többiek számára jutó szabadidős sportolási lehetőséget.

²¹ A külsődleges gazdasági hatás ebben az esetben azt jelenti, hogy az aktív sportolás nagyobb összhasznosságot jelent a társadalom egésze számára, mint az egyének számára nyújtott hasznok egyszerű összege.

aktív sporttevékenység egyértelműen és közvetlenül a termelékenység növelését szolgálja az externális hatás már a sportoló (munkaerő) számára jelentkezik²².

Az externális hatások másik típusa szintén a társadalom egésze vagy egyes közösségek számára nyújt előnyöket, de ez már nem az egészséghez kapcsolódik. Arról van szó, hogy a szabadidősport lehetővé teszi a szabadidő értelmes eltöltését, lehetővé teszi olyan fölös energiák levezetését, melyek kirobbanása egyébként komoly károkat okozna. Az aktív sporttevékenységben az emberek olyan élményeket, olyan izgalmat találhatnak, melyhez hasonlót a társadalom számára káros következményekkel járó más tevékenységek is nyújthatnak. A szabadidősportban való részvétel növekedésével tehát csökkenhet a társadalomban a deviáns magatartásformák a bűnözés, a vandalizmus, az agresszív viselkedés, a kábítószer-élvezés aránya, csökkenhet ezáltal a bűnözés és rendfenntartás költségei és javulhat a társadalom többi tagjának a közérzete. A sportnak ez az externális hatása különösen a fiatalok körében lehet igen jelentős.

A szabadidősportnak az a tulajdonsága, hogy pozitív externális hatásokkal rendelkezik, magyarázza, hogy az állam illetve az állami intézmények és a helyi önkormányzatok megjelennek a területén.

A piac kudarcával találkozunk ezen a területen, mert az üzleti vállalkozások nem nyújtanak olyan nagyságú kínálatot a sportolási lehetőségekből, mint amekkora az externális hasznokat is figyelembe vevő össztársadalmi kereslet. A pozitív externáliák haszonélvezői, ugyanis nem fizetik ezt meg nekik. A piaci kudarc kiigazítása miatt, a társadalmi kereslet és a kínálat összhangba hozása érdekében kell hogy létrehozzanak, fenntartsanak az állami szférába tartozó szereplők szabadidős sportolási lehetőségeket.

Stigler (1975) szerint az igazságosság értelmezése társadalomfüggő. Az Európai Unió országai érzékenyebbek a társadalmi egyenlőtlenségekre. Minimumok fogalmazódnak meg az alapvető közintézmények, közművek, a születés vagy szerencsétlenség miatt elesettek megélhetésének és a jövedelemelosztásban való egyenlőség biztosítása területén. A szabadidősportban mindez feladatot ró az államra – mások mellett – a különböző sportlétesítmények, a fogyatékosok sportolásának biztosítása vonatkozásában.

²² Hiszen a munkahelyi sport mellékhatásaként élvezheti a jobb egészségi állapot nyújtotta előnyöket. Kérdés persze, hogy a kötelező munkahelyi sport beletartozik-e a szabadidős tevékenység körébe.

A stabilitás fenntartása a rend fenntartásának, a társadalmi közbiztonságnak, a jog érvényre juttatásának és a különböző konjunktúra ciklusok befolyásolásának biztosításaként jelenik meg. Mindezek a szabadidősportban kevés jelentőséggel bírnak.

2.1.3. Szabadidősport hatása a gazdasági versenyképességre

Láthattuk, hogy az aktív szabadidős sporttevékenység jellemzően az egészség alakulásán keresztül (vö. 1.2. fejezet) hat a nemzetgazdasági versenyképességre. A nemzetgazdaság versenyképessége alatt Chikán által 2004 májusában megfogalmazottak alapján a „nemzetgazdaságnak azon képességét értjük, hogy egy nemzetgazdaság úgy tud létrehozni, felhasználni, illetve a globális verseny keretei közt értékesíteni termékeket és szolgáltatásokat, hogy közben saját termelési tényezőinek hozadéka, s ezzel párhuzamosan állampolgárainak jóléte fenntartható módon növekszik. Ezen versenyképesség feltétele az erőforrások termelékenység-növekedésének elősegítése a vállalatok és más intézmények hatékonyságának növekedését biztosító feltételek folyamatos fenntartása útján” (idézi: Chikán, A. – Czakó, E., szerk., 2005, 12. oldal). Ez a definíció olyan közgazdasági fogalom, amely figyelembe veszi azt, hogy a gazdaság a társadalom egyik olyan alrendszere, amelyiknek megvannak a maga törvény- és szabályszerűségei és feltételében igyekszik logikailag összekapcsolni a makrogazdasági termelékenységet a mikroszférával.

Palócz (2006) szerint az új növekedés-gazdaságtani megközelítés kimutatta, hogy a fejlett és kevésbé fejlett országok közti nemzetgazdasági versenyképességbeli különbségek magyarázatában meghatározó a humán tőke szerepe. Tanulmányában állítja, hogy többen is rámutattak arra, hogy a humán tőke képzésébe való beruházás fontossága mellett ez az egészségi állapot javításával növelhető. Az egészségi állapot alakulásának: fejlesztésének és karbantartásának legjobb eszköze a szabadidőben végzett aktív sporttevékenység. Állítása szerint a magasabb színvonalú egészség nemcsak következménye a versenyképesebb gazdaságnak, hanem kiváltója is.

Mindezek alapján elmondható, hogy az egészség a szabadidősport által szoros kölcsönhatásban áll a nemzetgazdasági versenyképességgel, és megfelelő gazdaságpolitika mellett egymást erősítő pozitív hatással bírnak.

A tanulmány egyik végső következtetése szerint a gazdaság versenyképessége és a munkaerő egészségi állapota között *hosszabb távon* és tendenciájában jellemző összhang

Magyarországon valamivel a versenyképesség javára bomlott meg. Ezt a szintek és főként a változások jelzik. Az elmúlt 8 évben a magyar munkaerő termelékenysége az EU-átlagnál messze gyorsabban emelkedett, miközben az egészségi mutatók abszolút értelemben alig javultak, relatíve pedig romlottak. Mivel a fenti összefüggés hosszabb távon mindenképpen utat tör magának, azaz az egészségi és a versenyképességi mutató hosszabb távon összhangba kell, hogy kerüljön: vagy a lakosság rossz egészségi állapota húzhatja le a versenyképesség több éve dinamikusán javuló mutatóját, vagy az egészségügynek kell felzárkóznia a gazdaság versenyképességi szempontjai által támasztott igényeihez. Az egészségi állapot ezen káros alakulásának elkerülése végett fontos szerep hárul a társadalom szabadidőben végzett sportolási tevékenységére, és az erre ható tényezőkre (vö. 2.2. fejezet szabadidősportban való részvétel kulcstényezői).

A szabadidősportban megjelenő állami szerep azáltal is indokolható, hogy kimutatták azt, hogy az egészségi állapotot jelentősen befolyásolja a lakosság életmódja, sportolási szokásai. A túlsúlyosak és elhízottak arányának növekedése²³ számos OECD országban hamarosan az egyik legfőbb egészségügyi problémává válik. Ezzel a problémával azért kell kiemelten foglalkoznunk, mivel az elhízottság sokkal magasabb kockázati tényezőt jelent a már említett betegségek illetve egészségügyi problémák kialakulásában, mint csupán a túlsúlyosság, ami jelentős egészségügyi többletköltséget jelent a társadalom számára²⁴.

Napjainkban üdvözítő tendenciaként megfigyelhető, hogy átalakul a társadalom szükségletrendszere: egyre inkább prioritássá válik az egészség megőrzése, illetve az egészségesen eltöltött életek növelése.

Ha áttekintjük a különböző nemzeti fejlesztési terveket azt tapasztaljuk, hogy a szabadidősport nem kap ezekben szerepet. Az egészségügy fejlesztése viszont valamennyi gazdaságfejlesztési stratégiában megjelenik. Palócz (2006) tanulmánya szerint „A 2020-ig szóló Országos Fejlesztéspolitikai Koncepció (OFK) egyik prioritása a 8+1 prioritás közül az

²³ Az OECD-országok között a túlsúlyosak és elhízottak aránya (BMI>25kg/m²) az Amerikai Egyesült Államokban a legnagyobb mértékű, a felnőtt lakosság 66%-a tartozik ebbe a kategóriába. Ez az érték 50% fölött van Szlovákiában, Görögországban, Magyarországon, és Csehországban is. Az elhízottak (BMI>30kg/m²)²³ aránya szintén az Amerikai Egyesült Államokban a legnagyobb (30,6%) de Magyarország is azon országok közé tartozik, ahol viszonylag magas (18,8%) az elhízottak aránya.

²⁴ Az Amerikai Egyesült Államokban végzett becslések szerint, az egészségügyi szolgáltatások költsége 36%-kal, a gyógyszeres kezeléseké pedig 77%-kal magasabb az elhízott emberek esetében, mint a normál súlyú embereknél.

„egészségesebb, hosszabb és teljesebb az élet – a javuló életminőség, tisztább környezet, egészséges életmód és az európai színvonalú egészségügyi ellátás mellett az emberek egészségesebben és tovább élnek”.

A következő 7 évben jelentős fejlesztési összegek érkeznek Magyarországra az EU Strukturális és Kohéziós Alapjaiból. Ez olyan lehetőséget teremt a magyar fejlesztéspolitika számára, amely korábban soha nem volt adott. Fontos, hogy ezt az összeget jól átgondolt és megalapozott stratégiai alapján költse el Magyarország.

Mint a magyar Fejlesztési Terv is leszögezi, az egészségügynek (különös tekintettel a rendkívül rossz magyar egészségügyi mutatókra) prioritást kell kapnia, mégpedig két területen: egyrészt az egészségügy intézményes átalakításával a hatékonyabb struktúra elérése érdekében, másrészt az életmódi, életvezetési programok keretében, amelyben prevenció, az egészségtelen életmód elleni programok központi szerepet kapnak. Mindezek megvalósulásához nagyon fontos a szabadidősport állami intézményi rendszerének átgondolt stratégiával történő kapcsolódása, amely napjainkban még nem figyelhető meg.

A prevenció még egyelőre csak az EFOP keretében kidolgozandó Egészséges társadalom komplex programban van jelen. Ezen program megfogalmazott célja, hogy kialakítsa az egészségtudatos életmód társadalmi feltételeit (az egészségbarát környezet ösztönzésével, közösségi akciók támogatásával az egészséges életmód egyéni készségeinek fejlesztésére, valamint az egészségügyi szolgálat prevenciók központú átalakításával).

2.1.4. Turizmus és szabadidősport

A turizmus és a szabadidősport kapcsolatának ezen tárgyalása speciális, mert a cél annak bemutatása, hogyan tudja a két területet az állam a szinergiák üzleti kihasználásával összekapcsolni.

A két terület kapcsolata a turizmus alábbi három területén mutatható ki a legkönnyebben:

- az egészségturizmusban²⁵ a wellness-szolgáltatások²⁶ nyújtása,

²⁵ Az egészségturizmus meghatározása régóta és hosszan vitatott kérdés. Abban egyetértés mutatkozik, hogy az egészségturizmushoz többféle szolgáltatás is tartozik, de ezek pontos köréről, egymáshoz kapcsolódásáról, pl. a szabadidősporttal való kapcsolat mértékéről nincsen egyetértés. A terület specialitása, hogy egyszerre minősülhet klasszikus turisztikai szolgáltatásnak, emellett pedig az egészségüggyel is szoros kapcsolatban áll. A tanulmányban tágan értelmezve az egészségturizmus minden egészséggel kapcsolatos utazási típus.

²⁶ A tanulmány a wellness-szolgáltatásokat holisztikusan értelmezi. Magába foglal aktív (például szabadidősport) és passzív (pl. szépségprogramok) tevékenységeket is. Gyakran az egészségturizmus egy különálló formájának tekintett a fitness-turizmus, ami a wellness-turizmus egy meghatározó szolgáltatási eleme.

- az eseményturizmusban a különböző szabadidős sportesemények szervezése és
- az üdülési turizmusban a szabadidős tevékenységek igénybe vétele (ld. lovas-, vadász-kerékpár- vagy golfturizmus) által.

A világ turizmusa az egyedi és minőségi szolgáltatást nyújtó turisztikai termékek felé tart. A kereslet az egészségmegőrzésé és az élményt nyújtó szolgáltatások felé tolódik, mindez szintén könnyen szinergiát teremt a szabadidős sportszolgáltatásokkal.

Az Ecostat Gazdaságelemző és informatikai Intézet felmérése szerint 2006-ban Magyarországon a gyógy- és wellness-turizmus fellendülése várható. Magyarország hagyományosan az egyik legfontosabb szereplője az egészségturizmus nemzetközi piacának, amelyet rendkívül gazdag és elismert termálvízkincsének és nemzetközileg is kedvező árszínvonalának köszönhet. Az egészségturizmusban a látogatók alapvető motivációja az egészségi állapot javítása, gyógyítása (gyógyturizmus), illetve annak megőrzése, a betegségek megelőzése (wellness-turizmus). Az elmúlt években divatossá és népszerűvé vált wellness-turizmus összetett szolgáltatásai a fizikai állapot és állóképesség javítását, valamint a szellemi frissesség megőrzését egyszerre szolgálják, hatásai és kiegészítői szolgáltatásai miatt jól kapcsolható a szabadidősportozáshoz.

A magyarországi eseményturizmus-szolgáltatások kínálatának fontos része a különböző hivatásos és szabadidősport események és rendezvények²⁷. A hivatásos sportesemények közül kiemelhető a mogyoródi Hungaroringen 1986 óta megrendezésre kerülő Forma-1 Magyar nagydíj, a szabadidősport-események közül a különböző utcai futóversenyek, Balaton-átúszások és a multikulturális ifjúsági rendezvényhez, a Sziget Fesztiválhoz kapcsolódó extrém sport-park.

Az Európai Unióban a következő évtizedre szóló felhívások élére egy olyan „charta” került, amely az egészség-, a környezetvédelem és a fenntartható közlekedés közötti összefüggésekre hívja fel a tagállamok és az újonnan csatlakozni kívánó országok kormányainak figyelmét. A Magyar Turizmus Rt. éppen ezért 2001-ben meghirdette az „Aktív Turizmus évét”, amely egyik fontos kampányát – az alábbi felhívás tükrében – a kerékpáros turizmus²⁸ adta. A

²⁷ Fontosak még a különböző kulturális, gasztronómiai és egyéb rendezvények, események.

²⁸ A kerékpáros turizmus olyan vakációs vagy látogató aktív szabadidős tevékenység, amely a kerékpározáson részben mint közlekedési módon, részben mint kikapcsolódási formán alapszik. Főbb fajtái: kerékpáros vakáció, üdülési kerékpározás, rövid kerékpártúrák. A legfontosabb piaci mutatók (pl. saját tulajdonú kerékpárok száma) és a fogyasztási trendek azt mutatják, hogy a turizmus ezen ága fokozatosan fejlődik.

kerékpáros turizmus²⁹ fontosságát az is alátámasztotta, hogy a Szonda Ipsos által 2000-ben végzett felmérés eredményeként a magyar lakosság egyik legkedveltebb aktív szabadidős tevékenységének a kerékpározást jelölte meg (vö. 2.2. fejezet). A kerékpáros turizmus egy- vagy többnapos szabadidős célú utazás, amelynek során a szabadidős kerékpározás meghatározó és kiemelt szerepe játszik a látogatás illetve a vakáció során.

A kerékpár turizmusnak számos szervezett és informális formája³⁰ van. Sok esetben konkrét sportszervezetek állnak mögöttük, melyek esetében lehetőség van állami források bevonására is.

2.2. A szabadidősport fogyasztói

Az alábbi fejezetben az üzleti elemek megjelenésének kulcstényezőjét, a szabadidősport fogyasztóinak jellemzőit tekintjük át. Kutatási eredményeket használva azonosítjuk ezen fogyasztók általános jellemzőit, majd bemutatjuk a magyar fogyasztói szokásokat.

A korábban idézett kanadait tanulmány kutatói megfogalmazták azokat a tényezőket, melyek kulcsszerepet (key drivers) játszanak a szabadidősportban való részvétel tekintetében. Ezek a következők:

- nem (férfiak többet sportolnak, mint nők - 20,8% vs. 15,9%),
- kor (fiatalabbak többet sportolnak, 20 év alattiak 27,6%-a, 60 év felettiak 7,2%-a sportol szabadidejében)³¹,
- háztartástípus, családösszetétel (ha gyerek van, megduplázódik a szabadidősportban való részvételre való hajlandóság, 15,9% vs. 31,9%, viszont ha két gyereknél több van, csökken a sportolási hajlandóság),
- iskolázottság (magasabb iskolai végzettségűek többet sportolnak, aki nem járt középiskolába, azok 8,3%-a, az egyetemet végzettek 26,7%-a sportol szabadidejében),

²⁹ Az európai kerékpáros turizmusból származó bevételek a becslések szerint az elkövetkező 20 évben elérhetik a 22 milliárd eurót (Balogh – Farkas, 2004).

³⁰ Klasszikus, döntően „országúti”, hegyi (mountain bike = MTB vagy erdei) kerékpározás, országúti kerékpárversenyzés (sportklubok), MTB versenykerékpározás (sportklubok), szervezett kerékpártúrák (vegyes országúti és MTB), iskolai illetve baráti kör, csoportos kerékpártúrák, jótékonyági vagy kampánykerékpározás.

³¹ A hazai ifjúság sportolási szokásairól ld. még Neulinger (2006). Az egyetemisták körében jellemző sportolási szokásokat az NSH által támogatott „A szabadidősport üzleti elemei” című kutatásban Szabó Ágnes végezte. Ezek eredményeit ld. a kutatás kapcsán írt másik, *Egyetemisták szabadidősport(-szolgáltatás) fogyasztása* című tanulmányban. Az idősök sportolási szokásairól, ld. Aktivitás – Mozgás – Sport, illetve a KSH Ezüstkor című kiadványát.

- jövedelem (nagyobb jövedelműek többet sportolnak, a 20 000 dollár alatt keresők 7,2%-a, míg a 100 000 dollár felett keresők 34,7%-a sportol szabadidejében),
- diszkrecionális jövedelem, mivel a szabadidőport nem alapszükséglet.

Magyarországon átfogó képünk nincsen a társadalom szabadidős sportolási szokásairól. Ugyanakkor az eddig végzett kutatások alátámasztják, hogy a népesség sportolási aktivitása nemenként, foglalkozási rétegenként, települési típusonként és korosztályonként jelentős differenciáltságot mutat. A Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban KSH) többször publikált témát érintő kutatási eredményt. Az 1990-es évek vizsgálati eredményei szerint³² a vizsgált időszakban az aktív keresők közt a férfiak csaknem kétszer annyian (13%) sportoltak, mint a nők (7%). A Budapesten élők közel háromszor annyian (18%), mint a falvakban élők (7%), az értelmiségi foglalkozásúak sokszorosan többen (25%), mint a betanított munkások (5%) vagy a mezőgazdasági fizikaiak (1%). Megvizsgálták, hogy a megkérdezettek mit sportolnak, milyen sportágat űznek. Azt tapasztalták, hogy a sportági megoszlás mind nemenként, mind településtípusonként lényeges különbséget mutat. A KSH 1994-es felmérése szerint a helyzet nem javult, a 15-64 éves lakosságból a férfiak 21,4, a nők 13,5 százaléka végez rendszeres testedzést. Az arányok az életkor növekedésével drasztikusan romlanak, ami egy öregedő társadalomban különösen égető problémaként jelentkezik.

A KSH 2000-ben végzett egy kutatást a népesség időbeosztásáról. Ebből az derül ki, hogy egy átlagos tavaszi napon a 18 és 69 év közötti magyar férfiak 14, a nők 8 percet fordítottak sétára, sportra és testedzésre³³. A vizsgált időszakban a magyar fogyasztók összes szabadidejük 59, illetve 64 százalékát fordították tévénézésre³⁴. Az sem túl biztató, hogy – 1999-2000-ben felvett adatok szerint – egy átlagos napon a férfiaknak csupán 6,8 százaléka sportolt (több mint másfél óras időráfordítással), ezen belül pedig a 40-49 éves korosztályban mindössze 3,3 százalékuk.

A Szonda Ipsos 2000 júliusában a Magyar Turizmus Rt. megbízásából 1000, illetve 500 fős mintán felmérést végzett az ország felnőtt lakossága és a 14-25 év közötti fiatalok körében. A vizsgálat során a megkérdezettek aktív üdülési formákról, sport- és kulturális szabadidős

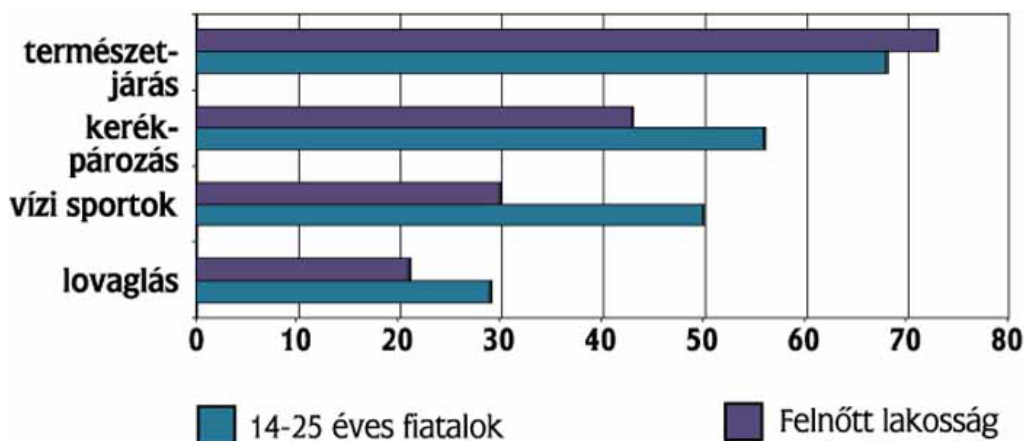
³² Laki, L. – Újvári, J. (1991): A népesség testedzési szokásai vizsgálat tükrében. Magyar Szabadidősport Szövetség Tudományos Titkársága, Budapest

³³ Míg a 16-74 év közti norvégok 34, illetve 24 percet. 1977 óta alig változott a helyzet, akkor a magyaroknál 13, illetve 9 percet töltöttek ezen tevékenységekre, a norvégoknál pedig 32, illetve 25 perc volt ez az adat.

³⁴ Ugyanez az adat a norvégoknál 34, illetve 27 százalék.

tevékenységekről kialakított véleményüket ismertették. A magyar felnőtt lakosság és a fiatalok körében a legnagyobb érdeklődést kiváltó aktív üdülési formát, a természetjárás és a kerékpározás követi. A megkérdezett felnőttek 43, a 25 év alattiak 56 százalékát érdekli a kerékpározás. Az eredmények tanulsága szerint az érdeklődés legnagyobb mértékben a természetjárás és a kerékpározás esetében jár együtt a tevékenység gyakorlásával. A kerékpározás kedvelőinek 23, illetve 31 százaléka rendszeresen gyakorolja hobbiját. A nemzetközi fogyasztói szokások vizsgálata alapján ismeretes, hogy a távolsági kerékpárutak átlagos látogatóinak kora 40-50 év között van (köztük csekély többségben vannak a férfiak), utakon párban vagy kisebb csoportokban kerekednek, az átlagnál magasabb jövedelemmel rendelkeznek és magasabb társadalmi státuszúak.

5. ábra Az aktív üdülési formák iránt érdeklődők aránya (százalékban)



Forrás: Turizmus Bulletin V. évfolyam 2. szám, http://old.hungarytourism.hu/bulletin/regi/01_06/Sz26.htm, letöltési dátum: 2004.07.12., idézi: Balogh – Farkas, 2004

A Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet 2000 novemberében a HVG felkérésére azt vizsgálta, mit jelent az embereknek a szórakozás, a kikapcsolódás. A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a megkérdezettek 78 százaléka soha nem tölti sportolással az idejét, míg 69 százalékuk számára az igazi szórakozást a televízió-műsorok nézése adja. A sportolást igazi kikapcsolóként csak a megkérdezettek 9 százaléka jelölte meg válaszában.

A Szonda Ipsos 2003-as kutatása³⁵ hasonló helyzetet mutat. Az elmúlt egy hónapban a válaszadók 22 százaléka sportolt, további 49 százalék soha nem sportol. A legkedveltebb sportágak között itt a kerékpár szerepel, ezt követi a labdarúgás, az otthoni kondicionáló

gépek használata. A tornázás, a kocogás, a futás, az úszás és a fitness. A megkérdezettek több szabadidő, fiatalabb kor és jobb egészség esetén több sportolást ígérnek.

A KSH 2006-os kiadványa³⁶ szerint napjainkban a magyar lakosság – európai viszonylatban – mozgásszegény életmódot folytat. A nők naponta átlagosan 13, a férfiak 21 percet sportolnak, melynél 13 vizsgált európai országból mindössze a britek kényelmesebbek. A háztartások sportra kiadásai töredékét, mindössze 0,4 százalékát költik, ugyanakkor az utóbbi években érzékelhetően népszerűbbé vált a gyógyturizmus. 1995-ben minden harmadik családnak voltak sporttal kapcsolatos kiadásai, átlagosan 1800 forint/hó nagyságban³⁷. E kiadások 75 százaléka a családban élő gyerekek és fiatalok sportszükségleteinek kielégítésére szolgáltak.

2006-ban a KSH Népeségtudományi Kutató Intézete vizsgálatot végzett a mai magyar társadalomban az ún. kiadásokkal mért fogyasztás szerinti rétegződés témában. Tanulmányukban jellemezték a kiadások szerint képzett különböző rétegek fogyasztási szokásait és társadalmi összetételét. 21 standard kiadási³⁸ dimenziót alkalmazva klaszteranalízis módszerével olyan homogén rétegeket alakítottak ki, amelyek hét kiadás szerinti rétegbe (klaszterbe) rendezték a magyar lakosságot. A lakosság 13 százalékát adók az ún. szabadidő-orientált fogyasztók³⁹. A tehetősebb szabadidő-orientáltak⁴⁰ súlyarányukat többet költenek mindenre (pl. közlekedési célra, jármű-, lakásfenntartásra, oktatásra, mindennapi szükségletekre). A teljes társadalmat tekintve a szórakozásra, szabadidős tevékenységekre (sport, hobbi) költött összegek arra utalnak, hogy a lakosság bizonyos csoportjai több-kevesebb diszkrecionális jövedelemmel is rendelkeznek. Általában elmondható, hogy hobbira és sportra költik a kiadásai 1,7 százalékát. Ezeknek a tételeknek a részesedése nemcsak a szabadidő-orientáltak rétegében haladják meg az átlagot, hanem az önellátók, a lakásfenntartók és a szegényes fogyasztók kivételével a kiadások szerint képzett összes többi csoportban. A szabadidő-orientáltak kiemelkedően sokat fordítanak szabadidős

³⁵ 1500 fős reprezentatív megkérdezés.

³⁶ Az átmenet éve, az átmenet tényei, KSH 2006, Budapest

³⁷ TeleMédia felmérése, in. Magyar Hírlap 1995. augusztus 21.

³⁸ A tanulmány témájához kapcsolódóan kiadási dimenzióként jelenik meg például a lakosság háztartási költségvetésében megjelenő egészségügyi kiadások, hobbira, sportra költött kiadások összege.

³⁹ A többi klaszter kultúraorientált fogyasztó (11%), lakásberuházó (14%), átlagos fogyasztó (15%), önellátó (17%), lakásfenntartó (17%), szegényes fogyasztó (13%).

⁴⁰ A szabadidő-orientált rétegbe tartozók zöme aktív háztartás tagja, amelyben a háztartásfő főként fiatal, esetleg középkorú és magasan iskolázott. Sok a gyerekes családban élő, a kevés egyedülálló nem az idős generációba tartozik. Többségük város lakó, de nem kimondottan budapestiek. Lakásviszonyaik kiválóak, nagy értékű, kertes házakban vagy sokszobás, magas komfortfokozatú városi lakásokban élnek. 67 százalékuk átlagjövedelem szintje a két felső jövedelmi ötdöbe tartozik, s ezen belül több mint 40 százalékuk a legfelsőé.

tevékenységekre, többek között üdülésre. Magasabb iskolázottságuk hatása az ízlésbeli preferenciák szerint formálódó életstílusokban ragadható meg.

2.3. Egyéb érintettek

Ha a fogyasztók sportolási szokásait a különböző sportágak és tevékenységi formák felől közelítjük, azt tapasztaljuk, hogy a hagyományosan népszerű sportágak (pl. labdajátékok, úszás, túrázás) mellett markánsan érzékelhető új népszerű mozgásformák megjelenése, terjedése (pl. triatlon, aerobic, BMX, mountain-bike, keleti harciformák különböző ágai, strandröplabda, görkorcsolya, testépítés, falmászás). Továbbra is népszerű telenként a síelés, illetve nyáron a vízi turizmus és a különböző kalandtúrák, extrém sportok.

A népszerű sporttevékenységekben folyamatosan bővül a szervezett események és sportesemény-szervezők száma. Mára vannak olyan szervezett szabadidősport-események, melyeken folyamatosan növekszik a résztvevők száma. A somogyi szabadidősport kulcseseménye, a Balaton-átúszó bajnokság, amit 2003-ban 35 millió forintos költségvetéssel, nagy szponzorok támogatásával rendeztek meg (Kelemen, 2004). A balatoni idegenforgalomban érdekeltnek is többletbevételt hozó, több mint tízezer résztvevőt és ezer rendezőt megmozgató versenyt már több évtizede sikeresen rendezik meg. Ezen kiemelkedő eseményen aki elindul, biztos, hogy rendszeres edzéssel készült fel az úszásra.

Hasonló felkészülést igénylő szabadidősport-eseménynek még a különböző utcai futóversenyek tekinthetők. A nagy világvárosok, mint New York, London, Párizs, Róma, Berlin vagy Tokió⁴¹ azzal is hirdetik ilyen rendezvényeiket, hogy tízezreket vonzó maratoni futóversenyek házigazdái, a résztvevők többsége pedig a sportot, az aktív mozgást összehangolva a turisztikával választja éppen az egyik vagy másik eseményt.

Magyarországon az egyik vezető utca futófesztivál szervező a Budapesti Sportiroda. Hagyományosan közkedvelt eseményeken túl minden évben igyekeznek újdonságokkal előállni. Nagy potenciált látnak az ún. céges sportesemények szervezésében is. A meghirdetett futóversenyeken folyamatosan növekszik a céges csapatok száma. A kedvelt menedzsersportok közül rendkívüli népszerűségnek örvend a futás mellett a tenisz, a fallabda, a vitorlázás és a golf is. Ezen szolgáltatásokat gyakran üzleti vállalkozások üzleti alapon

⁴¹ New Yorkban harmincezer futnak (ennyi a nevezési limit), Londonban negyvenezer, a rekordot pedig San Francisco tartja, ahol már 1986-ban több mint 78 ezer hivatalos induló volt. Az utcai futás résztvevőinek száma folyamatosan emelkedik és változik a résztvevők összetétele is. Látványosan népszerű lett a fiatalok, különösen a 20-30 éves nők körében.

nyújtják fogyasztóik számára. Nem véletlen, hogy ezeken a területeken olvashatjuk legtöbbet a befektetői tőke megjelenését⁴².

Érdekes új modellt indított el a Zöldpont Szerkesztőség. A hazai nagyvállalatokkal és az egészségpénztárakkal közösen olyan korszerű kommunikációs eszközöket és személyre szabott szolgáltatásokat hangolt össze, amelynek alapjául egy internetalapú hírlevél szolgál. Ez hetente a dolgozó elektronikus postaládájába érkező küldemény tartalmában, közlési módjában egyaránt alkalmazkodik az érintettek sajátos életviteléhez, gondolkodásmódjához, számol a természetes kételyekkel, a munkahelyek igényeivel. Nem csupán egy-egy hétvége szabadidősport-eseményeit, a szükséges tudnivalókat foglalja össze, de kiemeli a családi közös sportolás lehetőségeit, az olyan közösségeket, amelyek szívesen látják a kezdőket. A szolgáltatók célja, az életmódspontok teljes választékának megismertetése. Kiterjed a nagyvállalatok által biztosított szabadidős szolgáltatások, vállalati sportnapok, gyerektáborok megismertetésére, amelyek mind a mindennapos testmozgás elfogadását segítik.

Nagy (2002) szerint a lakosság sportolási szokásaiban jelentős változások zajlottak le az elmúlt évtizedben. Az egyesületi sportolást az egyénileg szervezett, gyakran szolgáltatásszerűen igénybe vett sportolás váltotta fel. A hazai lakosság körében a sportklub tagság előfordulása tized akkora, mint az EU egyéb tagállamaiban.

⁴² Ld. Közép-Európa legnagyobb golfközpontjának 75 millió eurós beruházása a Zala megyei Zalacsány és Kehidakustány határában (Mester, 2006).

3. A szabadidősport működési környezete

Az alábbi fejezet célja a szabadidősport működési környezetének bemutatása. A fejezetben szó esik a szabadidősport jelenlegi intézményi rendszeréről, a hatályos sporttörvény⁴³ alapján áttekintve a területen található főbb sportszervezeteket⁴⁴ és az állami támogatások alakulását.

3.1. Sportszervezetek a szabadidősportban

Sárközy (2004) alapján a sportszervezetek körébe tartoznak mindazon szabadidős sporttal foglalkozó sportegyesületek és sportszövetségek, amelyek alapszabályaikban ezt megjelenítik. A sportegyesületek még napjainkban is a szabadidősport szervezeti alapegységének tekinthetők. A szabadidősport szövetségek szerveződése történhet sportáganként (pl. túrakerékpározás), de más alapon is (pl. természetjárás). A sporttörvény a szabadidősport szövetségeket csak országos szövetséggé ismeri el, melyeknek lehetnek területi szervei is. A szabadidősport szövetségek tagjai – a (sportági) szakszövetségektől eltérően – nem csak jogi személyek lehetnek, ami azt jelenti, hogy a szabadidősportoló maga is tag lehet.

A 2000-es sporttörvény szűkítette a közjogi személyek számát a magyar sportban, megszüntette az országos sportági szakszövetségek köztestületi jellegét, de létrehozott három új köztestületet, amelyek egyike a Nemzeti Szabadidősport Szövetség (továbbiakban NSzSz). Ez a Magyar Szabadidősport Szövetség, a Magyar Természetbarát Szövetség, a Magyar Kerékpáros Túrázók Szövetsége, a Magyar Technikai és Tömegsport Klubok Országos Szövetsége, a Magyar Diáksport Szövetség, a Magyar Egyetemi és Főiskolai Szövetség, valamint a Fogyatékosok Nemzeti Sportszövetsége önkéntes társulásával jött létre.

Az NSzSz-nek az alapvető szervezetek mellett tagja lehet minden szabadidős-, diák- és rétegsport területén működő országos jellegű sportszövetség, amely közhasznú szervezet, legalább nyolc megyében, legalább 20 taggal működik, attól függetlenül, hogy tagja-e a Nemzeti Sportszövetségnek.

Az NSzSz alapfeladata a szabadidősport hasznos eltöltésének elősegítése, a gyermek- és ifjúsági sport, a nők, a családok, a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok szabadidősportjának támogatása. E szövetség is képviseli tagjai érdekeit, koordinálja tagja tevékenységét, szolgáltatásokat nyújt számukra, közreműködik a sportpolitika formálásában, kapcsolódó

⁴³ 2004. évi I. törvény a sportról

⁴⁴ A sportszervezetek fogalmának megközelítése itt jogi értelmezésű, amely eltér a gazdálkodástani értelmezéstől (ld. például Chikán, 1991).

jogszabályok elkészítésében, részt vesz a különböző nemzetközi együttműködésekben. A Nemzeti Sporttanács tagjaként közreműködik a sport állami támogatás mértékének és elosztási arányainak meghatározásában, dönt a rendelkezésre bocsátott állami támogatás felhasználásáról.

Az állami támogatásban kiemelt szerepet játszanak az ún. sportközalapítványok, amelyek rendszerét a következő fejezet tekinti át.

3.2. Az állami támogatások alakulása⁴⁵

Az eredetileg három sportközalapítványt az 1996-os sporttörvény⁴⁶ nyomán alapította a kormány, majd 1999-2000-ben a Gerevich és a Wesselényi Miklós Sportközalapítványt (a továbbiakban WMSKA) egyesítette az utóbbi bázisán. A fennmaradó két közalapítvány közül a Wesselényi Miklós Sportközalapítvány – más funkciók mellett – alapvető szerepet tölt be a szabadidősport támogatásában. Az új sporttörvénnyel megváltozott az előző finanszírozási rendszer is. Kelemen (2004) szerint míg korábban a Wesselényi Sportközalapítványhoz jutott a lottó játékadójának 12 százaléka⁴⁷, a Nemzeti Szabadidősport Szövetséghez pedig a Tippmix játékadójának egy része⁴⁸, mára megszűnt ez a forrásautomatizmus. A játékadókból befolyó százalékok ezután a mindenkorai sportkormányzathoz mennek, amely dönt annak belső elosztásáról, ezzel megszüntetve a szabadidősport számára törvényben biztosított garanciát.

A sport állami támogatásának egyik törvényben lefektetett prioritása, a szabadidősport különleges eszközökkel való segítése. Ennek egyik célja, – az egészséges életmód terjesztésének jegyében – elősegíteni a szabadidősport feltételeinek megteremtését.

A sporttevékenység állami támogatásának alapvető intézményei a területi-helyi önkormányzatok, melyek – a törvény szerint – szintén fontos szerepet töltenek be a szabadidősport működésében. Az önkormányzatok rendeletben állapítják meg konkrét feladataikat, illetve a helyi-területi önkormányzat költségvetéséből sportra, így a szabadidősportra fordítandó összeget.

⁴⁵ A tanulmány 2. mellékletében részletesen áttekinthető az 1999-2004 között szabadidősportra fordított állami támogatások alakulása.

⁴⁶ 1996. évi LXIV. törvény a sportról

⁴⁷ Ez körülbelül 1,8 milliárd forintot jelentett évente.

⁴⁸ Mintegy 180 millió forint.

Az állami támogatások három formában kerülhetnek a szabadidősportba. A különböző ernyőszervezeteknek nyújtott – törvényben meghatározott arányú – normatív támogatása által, a különböző szervezetek (pl. Wesselényi Sportközalapítvány, Mobilitás) által kiírt pályázatok útján, illetve egyedi döntés alapján. A sportkormányzat információi alapján (ld. 3. táblázat) 2001-2003 között a pályázatok szabadidősportot érintő támogatásai jellemzően hazai szabadidős sportesemények támogatása, esetleg sportszakmai kiadványok megjelentetése formájában nyilvánult meg.

3. táblázat Az Ifjúsági és Sportminisztérium illetve a Gyermekek-, Ifjúsági és Sportminisztérium pályázatai 2001-2003 között

	2001	2002	2003
Pályázat elnevezése	Hazai sportesemények támogatása	* Szabadidős sportesemények tám. * Sportszakmai kiadványok megjelent.	* Szabadidős sportesemények tám. * Sportszakmai kiadványok megjelent.
Témája	Szabadidős és hivatásos sport	* szabadidősport * szabadidősport	* szabadidősport * szabadidős- és hiv. sport
Felhasználható összeg	20.600.000	* 37.520.000 * 9.380.000	* 46.900.000 * 4.690.000

A sportkormányzat a szabadidősportra 2001-2003 között négy szervezeten keresztül fordított állami pénzt (ennek alakulását a 4. táblázat mutatja). Ez történhetett a központi költségvetés fejezetéről közvetlenül, a NSzSz-en, a Wesselényi Sportközalapítványon keresztül illetve állami forrásban részesülhettek az NSzSz tagszövetségei közvetlenül is.

4. táblázat Az Ifjúsági és Sportminisztérium illetve a Gyermekek-, Ifjúsági és Sportminisztérium pályázatai 2001-2003 között

(adatok ezer forintban)

	2001	2002	2003
Fejezetről közvetlenül	450.000	550.000	350.000
NSzSz-en keresztül	113.368	170.100	166.000
WMSKA-n keresztül	635.000	931.000	1.494.000
Egyéb⁴⁹	35.000		
Összesen	1.233.368	1.651.100	2.010.000

2005. év végén az ún. 2005. évi költségvetés sportfejezetét módosító javaslat alapján a szabadidősportra további 500 millió forintot szavazott meg a magyar országgyűlés.

⁴⁹ Az NSzSz tagszövetségei közvetlenül kapták a támogatást.

5. táblázat A 2005. évi költségvetés sport fejezetét módosító javaslat

(adatok millió forintban)

	A költségvetés sportfejezetét módosító javaslat miatti további forrás	Eredeti
Élsport⁵⁰	750	850
Szabadidősport	500	
Fogyatékkal élők	200	
Gerevich-ösztöndíj	250	
Összesen	1.700	

Forrás: NSSz, idézi: Világgazdaság 2004.12.02., 14. oldal

Az összességében 1,7 milliárd forint forrásár a központi tartalék (1 milliárd forint) és három minisztériumi tárca (Oktatási Minisztérium: 300 millió, Informatikai és Hírközlési Minisztérium 200 millió forint és Ifjúsági, Családügyi, Szociális és Esélyegyenlőségi Minisztérium 200 millió forint) adta (Világgazdaság, 2004.12.02., 14. oldal).

⁵⁰ Sportpolitikában használt terminológia, amely az alábbi tanulmányban a hivatásos sport fogalmának felel meg.

Összegzés

Az alábbi tanulmány a szabadidősport gazdálkodástani leírása céljából született. A tanulmányban szó esett a szabadidősport fogalmi körülhatárolásáról, társadalmi hasznosságáról, nemzetgazdasági versenyképességhez és turizmushoz való viszonyáról, továbbá az állam közgazdasági és gazdálkodástani szerepéről. Munkánkban kitértünk a magyar szabadidősport jelenlegi működési környezetének bemutatására is.

Mindezek alapján megállapítható, hogy az államnak fontos szerepet kell betöltenie a szabadidősport működtetésének elősegítésében akár az elméleti közgazdasági szerepet, akár a gyakorlati, akár az üzleti érdekeket tekintjük. Azt is látnunk kell, hogy a szabadidősport hatékony működtetése csak több társadalmi terület (gazdaság, turizmus, egészségügy, oktatás, stb.) szinergikus együttműködése által valósítható meg, és teremthető meg az az állapot, amikor a magyar társadalom fogyasztói szokásaiban is tetten érhetően felismeri az aktív sport hasznosságát. Az is megállapítást nyert, hogy ez egy olyan terület, ami a társadalom különböző alszférái és a különböző érintettek esetében is igazolhatóan megéri a befektetett tőkét.

Felhasznált irodalmak

- András Krisztina (2002): Üzleti elemek a sportban, Doktori (PhD) értekezés tervezet, BKÁE, Gazdálkodástani PhD Program, Budapest
- András Krisztina (2003a): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján, Doktori (PhD) értekezés, BKÁE, Gazdálkodástani PhD Program, Budapest
- András Krisztina (2003b): A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok, 34. sz. Műhelytanulmány, BCE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest 2003, április
- András Krisztina (2004): Sport + üzlet = sportüzlet? – üzleti elemek a sportban, Vállalat és Tőkepiac, Nemzetközi Ph.D.-konferencia, Torockó, 2003. október 3-5., az előadás anyag megjelenés alatt
- András Krisztina (2006): Üzleti elemek a szabadidősportban, NSH-kutatás, Vállalatgazdasági Tudományos Egyesület – Sportgazdaságtani Kutatóközpont, Budapest 2006 májusa
- Balogh Gábor – Farkas Melinda (2004): Két keréssel kevesebb, számtalan eredménnyel több!, Turizmus Bulletin V. évfolyam 2. szám, elektronikus elérhetőség: Turimus Bulletin V. évfolyam 2. szám, http://old.hungarytourism.hu/bulletin/regi/01_06/Sz26.htm, letöltési dátum: 2004.07.12
- Bauer András – Berács József (1998): Marketing, AULA Kiadó, Budapest, p.421
- Chikán Attila (1991): *Vállalatgazdaságtan*, Budapest, AULA Kiadó
- Chikán Attila (2002): A vállalat helye a társadalmi rendszerben I., BKÁE Vállalatgazdaságtan 2002/2003 I. félév előadássorozata, 2002. szeptember 23.
- Chikán Attila – Czakó Erzsébet (szerk., 2005): Kutatási tervtanulmány, 1. számú műhelytanulmány, BCE Vállalatgazdaságtan Intézet, Versenyképesség Kutató Központ, Budapest
- Demeter Krisztina – Gelei Andrea (2002): Szolgáltatások a tevékenységmenedzsment szemszögéből, *Vezetéstudomány* 2002/2., pp. 2-14.
- Dénes Ferenc – Misovicz Tibor (1994): Bevezetés a sportökonómiába, *Vezetéstudomány* 3. sz., pp. 57-61.
- Dr. Töröcsik Mária – Dr. Lampek Kinga: Az életstílus meghatározza az egészség-magatartást, *Világgazdaság* 2006.03.22., Medicina Melléklet p. II.
- Freeman, E.R. (1984): Stakeholder-menedzsment, in: Czakó Erzsébet – Kocsis Károly (szerk.) (1993): A vállalat és működése, kiegészítő irodalom a Vállalatgazdaságtan tanulmányozásához, AULA Kiadó, Budapest, pp. 81-94.

- Guttmann, Allen (1978): *From Ritual to Record. The Nature of Modern Sports*. New York, Comunbia University, pp. 15-55. és pp. 80-89., magyarul in. Misovicz Tibor (szerk. 1996): *Sport és társadalom*, BKE, oktatási segédanyag
- Gyenis Ágnes (2003): *Beruházási lyukak – pénzek a golfban*, HVG 2003. április 19., pp. 124-126.
- Hilke, W (1989) idézi Veres Zoltán (1998): *Szolgáltatásmarketing*, Műszaki Könyvkiadó, Budapest
- Kelemen Zoltán (2004): *Egy kicsi mozgás...* Szabadidősport-finanszírozás, *Heti Világgazdaság*, 2004. február 28., pp. 57-61.
- Kovács Tamás Attila (2002): *A rekreáció fogalma, értelmezése*. In: *Válogatott tanulmányok a rekreációs képzés számára* (szerk.: Dobozy László), Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest
- Laki László – Újvári József (1991): *A népesség testedzési szokásai vizsgálat tükrében*. Magyar Szabadidősport Szövetség Tudományos Titkársága, Budapest
- Mester Nándor (2006): *Hotellel megéri a golf*, *Világgazdaság* 2006. április 6., p. 19.
- Misovicz Tibor (?): *Szolgáltatásmenedzsment – használjuk a látványsportban!*, kézirat, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék
- Nagy Péter (1995): *Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtanába*, in: *Új utak a közgazdasági, üzleti és társadalomtudományi képzésben*, BKE Jubileumi Konferencia 1995, Budapest, I. kötet, pp. 488-493.
- Nagy Péter (1996): *A sport és a rekreáció közgazdaságtana – áttekintés*, kézirat, BKE Vállalatgazdaságtan Tanszék
- Nagy József (2002): *Szegények a gazdagok is*, *Magyar Sporttudományi Szemle*, 2002/3-4, pp. 3-6.
- Neulinger Ágnes (2006): *Fogyasztói magatartás a sportban – Az egyén társas környezetének hatása a sportfogyasztásra*, BCE PhD. tézisjavaslatok, Budapest, 2006. április
- Nyerges Mihály – Petróczi Andrea (2002): *Sportmenedzsment alapjai*, jegyzet, Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Kar, Budapest
- Palócz Éva (szerk., 2006): *Egészségügy és versenyképesség*, tanulmány, Kopint-Datorg Rt., Budapest, 2006. február
- Polányi Károly (1976): *Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*, Gondolat Kiadó, Budapest
- Salga Péter (2004): *A szabadidősport állami forrásai 1999-2004 között*, *Mozgás VI. évfolyam* 2. szám, 2004. december, p. 4.

Sárközy Tamás (szerk., 2000): *A magyar sportjog alapjai*, HVGOrac Lap- és Könyvkiadó Kft, Budapest

Sárközy Tamás (2002): *A sporttörvény magyarázata*, HVGOrac Lap- és Könyvkiadó Kft, Budapest

Sárközy Tamás (2004): *Sportjog* (A 2004-es Sporttörvény magyarázata), HVGOrac Lap- és Könyvkiadó Kft, Budapest

Shank, Matthew D. (2002): *Sportmarketing*, Prentice Hall

Stigler, J. George (1978): *The Economists' Traditional Theory of the Economic Functions of the State*, in: Stigler, J. George (1975): *The Citizen and the State. Essays on Regulation*, The University of Chicago Press, Chicago, magyarul: Stigler, J. George (1989): *Piac és állami szabályozás*, KJK Kiadó, Budapest

„Strengthening Canada”-tanulmány (The socio-economic benefits of sport participation in Canada, http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/sc/pubs/socio-eco/sports_participation_e.pdf, 2006. márciusi tartalommal)

Szabó Ágnes (2004): *Szabadidősport-fogyasztás egyetemista módra – Fogyasztói magatartás kutatás a szabadidősport-keresletről különböző budapesti egyetemeken tanuló hallgatók körében*, egyetemi diplomadolgozat, BCE, Budapest

Aktivitás – Mozgás – Sport a harmadik életszakaszban, Szenior 2003 Szabadidő Szervező és Szolgáltató Kft, Győr, 2004

Az átmenet évei, az átmenet tényei, KSH 2006, Budapest

Az egészségturizmus marketingkonceptiója, Turizmus Bulletin VI. évfolyam 2. szám, http://old.hungarytourism.hu/bulletin/regi/02_02/Sz3.htm, letöltési dátum: 2004.07.09.

A golf szórakoztató társasági esemény, Világgazdaság 2004. június 18., 14. oldal

Ecostat: a gyógy-és wellness-turizmusé a jövő, Világgazdaság 2005. december 21., 7. oldal

Ezüstkor – Időskorúak Magyarország, 2002, KSH Kiadvány Budapest, 2003

Játékszabályok – Az Európai Unió és a sport, ISMertető, az Ifjúsági és Sportminisztérium szakmai kiadványsorozata, Budapest 2001

KSH Népeség tudományi Kutató Intézet (2006): *Kényszerek és választások – A kiadásokkal mért fogyasztás szerinti rétegződés a mai társadalomban*, KSH, Budapest, 2006

Medián Kutatóintézet: *Szabadidő*, HVG Melléklet 2000 december, p.69.

Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia

Szonda Ipsos Kutatóintézet: Előzetes adatok. A sportolási szokások Magyarországon 2003-ban című vizsgálat, Budapest 2003. június

TeleMédia felmérése, in. Magyar Hírlap 1995. augusztus 21.

Turizmus Magyarországon 2004, a Magyar Turizmus Rt. kiadványa, elektronikusan elérhető a www.itthon.hu honlapon, letöltési dátum: 2006. március 30.

Új rekreációs modell indul, Világgazdaság 2006.02.07., p.7.

Világgazdaság, 2004.12.02., 14. oldal

Az 1999-2000 és a 2000. évi KSH kutatások adatait idézi Kelemen Zoltán (2004): Egy kicsi mozgás... Szabadidősport-finanszírozás, Heti Világgazdaság, 2004. február 28., pp.57-61.

2004. évi I. törvény a sportról

1996. évi LXIV. törvény a sportról

Mellékletek

1. melléklet – A szabadidősport fogalmának irodalmi áttekintése⁵¹

Néhány nemzetközi irodalom fogalomhasználata⁵²:

[1] The economic significance of amateur sport and active recreation in Edmondton in 2000:
http://www.edmontonsport.com/pdf_folder/news_submissions/EconomicSignificance.pdf
, 2006. márciusi tartalommal

Az amatőr sport és aktív rekreáció: készségek, képességek használata, ami edzést, felkészülést igényel, verseny másokkal, saját magunkkal, vagy a természettel (pl. extrém sportok, rafting és társai) szervezeten, erre kialakított környezetben.

[2] The economic significance of amateur sport in the city of Calgary in 2002:
http://www.calgary.ca/docgallery/bu/recreation/sports_updates/economic_final_report.pdf,
2006. márciusi tartalommal

Az előző definíció kiegészítve: az **amatőr sport esetén nem profi csapatok versenyeznek és nincsenek nézők, nincsenek nézői kiadások.**

[3] Economic impact of sport:
<http://www.hksi.org.hk/hksdb/html/pdf/research/economicimpactofsportinhk.pdf>, 2006.
márciusi tartalommal

Felsorolás jellegű fogalomhasználat, amely szerint „**aktív rekreáció, testmozgás, wellness, fitness, aktív sportolás**”. Konkrét fogalom meghatározást nem ad.

[4] Economic impact of P.E.I. sport and recreation:
http://www.sportpei.pe.ca/Publications/Sport_PEI_Final_Report.pdf, 2006. márciusi
tartalommal

Sport és rekreáció: kizárja a passzív részvételt.

[5] The growing business of sport and leisure:
http://www.ausport.gov.au/fulltext/2000/hillary/growing_business_2000.asp, 2006.
márciusi tartalommal

Fizikai szabadidő-eltöltés (leisure): fizikai erőfeszítést, koordinációs képességet igényel, néhány esetben eszközöket, máskor állatokat (lásd lovaglás), lehet benn és kinn. A sport a rekreációs kultúra része.

⁵¹ Az alábbi melléklet összeállításában Szabó Ágnes a szerző segítségére volt. Ezúton is köszönet ezért.

⁵² Szó szerinti fordítás. A szerző értelmezésében helytelen a rekreáció és a profi szó használata. Rekreáció esetében helyesebb a szabadidő-, míg a profi sport esetében a hivatásos sport használata.

[6] The socio-economic benefits of sport participation in Canada:
http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/sc/pubs/socio-eco/sports_participation_e.pdf,
2006. márciusi tartalommal

Fizikai aktivitás (szabadidőben): Nincs verseny és egyre jobb sportteljesítményre törekvés.

[7] Wolanska, 1974, idézi: Szabó József (2002): *Rekreáció – az elmélet és gyakorlat alapjai*, JGYF Kiadó, Szeged, p.23.

Önként végzett szabadidős szórakozás, személyiségfejlesztés, elsősorban fizikai rekreáció, tevékeny pihenés, sportolás, tömegsport, kocogás, aerobic stb.

Néhány hazai irodalom fogalomhasználata:

[8] Budai Ervin (1999): Sport(t)örvényben fuldokolva. *Új Folyam*, VIII. évf. 3-4. szám 20-33. old.

A diák-és szabadidősport a testi-lelki-szellemi frissesség megteremtője, az egészséges életmód kialakításának színtere, a betegségek prevenciójának, s az egészség megőrzésének legfőbb eszköze.

A szabadidősport nem elszigetelten működő területe, hanem szerves része a testkultúrának, olyan fizikai rekreáció, amelynek a fizikai és pszichikai kondíció megőrzése és fejlesztése, a természetes mozgásigény kielétele, az egészséges életritmus kialakítása és a játék a célja. Előfeltételei: szabadon felhasználható idő, megfelelő életszínvonal, személyi-tárgyi feltételek megléte.

[9] Kovács Tamás Attila (2002): A rekreáció fogalma, értelmezése. In: *Válogatott tanulmányok a rekreációs képzés számára* (szerk.: Dobozy László), Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest

A rekreáció a szabadidő eltöltés kultúrája. Azon belül is a jó közérzet, a jól-érzés, a jól-lét, a minőségi élet megteremtése. Eszközül a drámai katarzis élményétől a szórakozás legkülönbözőbb válfajain, a táncon, játékon és hobbitevékenységeken át a sport legkülönbözőbb változatait is felhasználja. A rekreáció egyik célja az ember egészségének megszilárdítása, illetve szükség szerinti megújítása; a harmonikus életvitelkialakítása, ezáltal jól-megélt hosszú élet, alkotókedv, a pszichomotoros megújulási képesség és készség; továbbá az optimális szellemi és fizikai teljesítő képesség állandósítása

Szabadidősport: olyan sporttevékenységet jelent, amit szabadidőnkben kikapcsolódás, felfrissülés, illetve egészségünk óvása, teljesítő képességünk megőrzése vagy növelése céljából végzünk. (A tömegsport fogalmának devalválódása után, annak szinonimájaként terjedt el. Használata félrevezető, mert a professzionista sportoló kivételével mindenki a szabadidejében sportol. Sajátos torzulás jött létre hazai rekreációs (sportrekreációs) gyakorlatunkban: a teljesítményfokozás látenszen

eluralkodott például rekreációsnek nevezett tömegeseményeken; rekreációs kocogó (jogging), de főleg a tömegeket (részükről nem is titkoltan üzleti céllal) a legkülönbözőbb futóversenyekre csődítő népünnepélyeken (nevezési díjjal, szintidőkkel és a győztesek ünneplésével, díjazásával...)

[10] Kovács Tamás Attila (2002): A rekreáció elmélet és módszertana, oktatási segédanyag, Fitness Akadémia, Budapest, p.14.

Szabadidős tevékenység (leisure): a munkahelyi/társadalmi és az otthoni munkák és kötelezettségek elvégzésén túlmenően fennmaradó időben, szabadon választott, a saját örömeztetése érdekében végzett tevékenység. Jellemzője a választás szabadsága, a fizikai, lelki és szellemi értelemben vett önkitaljesedésre, az önbecsülés növelésére és örömeztetésre való törekvés.

[11] Szabó József (2002): Rekreáció – az elmélet és gyakorlat alapjai, JGYF Kiadó, Szeged, p.24., 26.

A rekreáció szabadidőben végzett tevékenység. Olyan idő, amit ha jól használunk fel, jól érezzük magunkat, személyiségünk kiteljesedik, és ezzel együtt környezetünk is fejlődik. Itt nemcsak a mozgás, hanem az érzélem, az emóció is lényeges. Rekreációt muszájból nem lehet végezni, csak szabad elhatározásból.

A szabadidő eltöltésének teljes köre az üdüléstől a tanuláson át a különféle szellemi és társasági programokon keresztül, a mozgás, sportolás különféle formáit beleértve a természetben és különféle intézményekben végezhető egyéni és csoportos rekreációs tevékenységet.

[12] Polányi Gábor (1998): A sportolás és a testmozgás társadalmi összefüggései. In: Társadalmi tény-kép (szerk.: Szívós Péter – Tóth István György). TÁRKI, Budapest

... A sportolás és a testmozgás társadalmi beágyazottsága azonban szociológiailag más összefüggésrendszerben is vizsgálható, hiszen a tudatos testmozgást nem minden esetben az egészségmegőrzés szándéka váltja ki. A sportolás gyakran csak a kikapcsolódásnak egy hétköznapi formáját jelenti a szabadidős tevékenységek sorában. A sportolásnak, mint szabadidős tevékenységnek ebben a metszetben tehát inkább külső, fogyasztási, életmódbeli, anyagi összetevői hangsúlyozódnak ki.

[13] Nógrád megye középtávú sportfejlesztési koncepciója
<http://www.nograd.hu/pages/doksik/sportkonceptio.doc>

A korábbi ágazati szintű tömegsportot, jelvénytörő mozgalmakat egy sokszínű, rendszeresebb szabadidősport váltotta fel.

[14] MAGYAR VIRTUÁLIS ENCIKLOPÉDIA:

HTTP://ENC.PHIL-

INST.HU/1ENCIKLOPEDIA/MINDENNAPI/SZABADIDOSPORT.HTMSZABADIDŐSPORT –

Szabadidősport: A német *Freizeitsport* tükörfordítása. Leegyszerűsítve: a szabadidő hasznos eltöltését jelenti a sport segítségével. A hazai sporttudomány ezzel kapcsolatban a Testnevelési Egyetemen használatos *rekreáció* terminológiát használja. A fogalmat nem lehet egyetlen szóval leírni, hiszen minőségi életvitelről, teljes egészség-megőrzési programról van szó. Annak legfontosabb ismérvei: a kornak, állóképességnek megfelelő, egész életen át tartó rendszeres testmozgás, a korszerű táplálkozás, káros szenvedélyektől – a függőségtől – való tartózkodás, stresszkezelés (Sellye szerint a sport oldja a legjobban a stresszt), környezetbarát szemléletmód, a szabadidő tudatosan hasznos eltöltése. A szépségkultúra fejlesztése is a programhoz kapcsolható, különösen a wellness egyre nagyobb térhódítása óta. Sajnos, hazánkban – egy nagyon szűk elit-réteget leszámítva – a szabadidősportnak nincsenek igazán kiforrott hagyományai. Az iskolai testnevelési kultúra viszonylagos fejletlensége miatt hiába egyre több a fitness-szalon, az edzőterem, igazi áttörés még nincs az életmódban. Az ún. szabadidősport nem azonos a tömegsporttal. Ez utóbbinak sajátos politikai tartalma volt a rendszerváltozás előtt. Akkor a mozgalmak látványos statisztikai adatokat produkáltak, de folyamatosságot, optimális terhelést nem biztosítottak.

Wellness: Az általános jó közérzet, a teljes testi és lelki kiegyensúlyozottság programja. A mai kor embere számára kialakított reform-életforma, amely magában foglalja a fittséget és a testi, lelki, szellemi egészséget, ugyanakkor azoknál jóval többet jelent. Míg a testi egészség a betegségmentes fizikai állapot, addig a fittség megnövekedett teljesítőképességet jelez, mely kihívást jelent a mindennapi munkavégzésre. A wellness tehát nemcsak a testi, de a lelki, érzelmi, szellemi teljesítő- és tűrőképesség fokozódását jelenti, és fizikális vonatkozása mellett a tökéletes közérzethez nélkülözhetetlen mentális és pszichés faktorokat is tartalmazza. A fitness kiteljesítése, a wellness, nemcsak a sportban, de az egészségmegőrzéssel kapcsolatos területeken (természetgyógyászat, kozmetikai és szállodaiipar, gasztronómia stb.) is hódít. Az ún. wellness-klubokban nemcsak intenzív testedzés végezhető, de a fizikális kimerültség nyomai is eltüntethetők a szakszerű izomlazító vagy vitalizáló masszázssal, a szauna és a pezsgőfürdő kombinált alkalmazásával. Sőt, az edzés utáni könnyű étkezés is a wellness része. Egyes szakemberek szerint ez a jövő egyik gyors ütemben fejlődő szolgáltatási ágazata lehet. Annál is inkább, mert az idegenforgalomra gyakorolt jótékony hatása – komoly szálloda ma már nem képzelhető el wellness-szolgáltatás nélkül – pontosan mérhető. A hazai gyógyfürdő-kultúra is egyre inkább épít erre a jelenségre.

Fitness: szorosabb értelemben a fizikai és pszichikai egészség, az állóképesség karbantartása, a szív, a tüdő és a vérkeringés tartós teljesítőképességének fejlesztése. A fitness annak az embernek a dinamikus állapota, aki folyamatosan arra törekszik, hogy erőnlétét, közérzetét tovább javítsa, magát formában tartsa. Az elmúlt másfél-két évtizedben a fitness sportággá alakult. Itthon is gyökeret vert, elterjedt a magyaros fitness írásmód is. A versenyeken a sportolók három produkcióval szerepelnek: fürdőruhás, estélyi ruhás felvonulással és önálló zenés gyakorlattal. Több irányzat is kialakult. A női szépséget a zenés gyakorlat során kidomborító hagyományos bemutatók mellett polgárjogot nyertek azok a versenyek is, ahol a testépítéshez hasonló erőteljes alakformálást, az izomzat kimunkáltságát díjazták. Az életmód-változtatásra épülő fitness-szemlélet a zsírszegény táplálkozás, a rendszeres testmozgás és általában az egészséges életmód előnyeit hirdeti. Nagy lökést adott a szemlélet hazai térhódításának, hogy Béres Alexandra a kilencvenes évek közepén fitness-világbajnoki címet szerzett. Személyes érdeme is a számtalan alakformáló videokazetta megjelenése, s

persze a jól felszerelt fitnesztermek szaporodása. A fitneszt és a **wellnesst** időnként rokon értelmű fogalomként használják. Bár sok az átfedés közöttük, mégsem ugyanarról van szó.

[15] Szabó Ágnes (2004): Szabadidősport-fogyasztás egyetemista módra – Fogyasztói magatartás kutatás a szabadidősport-keresletről különböző budapesti egyetemeken tanuló hallgatók körében, egyetemi diplomadolgozat, BCE, Budapest

A szabadidősport esetén – ahol nem feltétlenül kell versenyezni – a fogyasztó maga a sportoló, akinek célja lehet a szabadideje eltöltése, fizikai és pszichikai kondíciójának megőrzése, fejlesztése, kikapcsolódás, felfrissülés vagy éppen természetes mozgásigényének kielégítése, egészségének megőrzése.

A rekreációs sport hasonló, de modernebb fogalom, ahol a hangsúly az egészségen, a kikapcsolódáson, az élményen, a teljesítő- és munkavégző képesség helyreállításán van, (és számomra asszociációs lehetőséget ad a wellness-re és a fitness-re).

A tömegsport fogalma számomra mára már elavulttá vált. A Nemzeti Sportszövetség főtitkára szerint azonban a fogalom napjainkban is használatos a kampány-jelleggel megszervezett tömegrendezvényekre, nagy eseményekre, például futóversenyekre.

[16] Földesiné Dr. Szabó Gyöngyi (2002): A sportos életszemlélet hatása a társadalomra, előadás a II. Országos Konferencia a Nők sportjáról, in. Előadás gyűjtemény kötet, GyISM, Budapest, pp. 95-99.

Szabadidősport – leegyszerűsítve – minden, ami nem jövedelemszerző sport.

A hazai sporttörvények által eddig használt fogalmak:

[17] 1996 évi LXIV. törvény a sportról

"sporttevékenység: meghatározott szabályok szerint időtöltésként, vagy versenyszerűen végzett testedzés, szellemi gyakorlat, amely az egyetemes kultúra része, és magában foglalja mind a szabadidősport, mind a versenysport művelését"

"amatőr sportoló: aki sporttevékenységet az egészség megőrzése, a szabadidő hasznos eltöltése vagy kedvtelés céljából végez, függetlenül attól, hogy részt vesz-e sportági szövetség vagy szakszövetség versenyén"

[18] 2000. évi CXLV. törvény a sportról

"A sporttevékenység meghatározott szabályok szerint a szabadidő eltöltéseként vagy hivatásszerűen végzett testedzés, illetve szellemi gyakorlat, amely alkalmilag vagy szervezett formában fizikai, illetve szellemi erőnlét fejlesztését szolgálja."

[19] 2004 évi I. törvény a sportról

"Sporttevékenységnek minősül a meghatározott szabályok szerint, a szabadidő eltöltéseként kötetlenül vagy szervezett formában, illetve versenyszerűen végzett testedzés vagy szellemi sportágban kifejtett tevékenység, amely a fizikai erőnlét és a szellemi teljesítőképesség megtartását, fejlesztését."

2. melléklet – Állami források a szabadidősport céljaira, 1999-2004 között⁵³

6. táblázat Az OTSH, az ISM valamint a GyISM közvetlen szabadidősport célú támogatásai 1999-2004 között

Év	Összeg (ezer forintban)
1999	140.200
2000	167.900
2001	394.000
2002	518.100
2003	350.000
2004	600.000

7. táblázat A szabadidősport támogatására létrehozott közalapítvány átengedett játékadóból származó forrásainak és ebből szabadidősportra fordított támogatások alakulása 1999-2004 között

(az adatok ezer forintban)

Év	Átengedett játékadó összege	Ebből szabadidősportra fordított támogatás
1999	758.300	564.938,988
2000	963.700	621.684
2001	1.194.420	645.449
2002	1.540.500	943.092
2003	2.298.728	1.245.198
2004	638.668	14.250

8. táblázat A Nemzeti Szabadidősport Szövetség átengedett játékadókból, illetve központi költségvetésből származó tényleges bevételei és az ebből nyújtott támogatások 2001-2004 között

(az adatok ezer forintban)

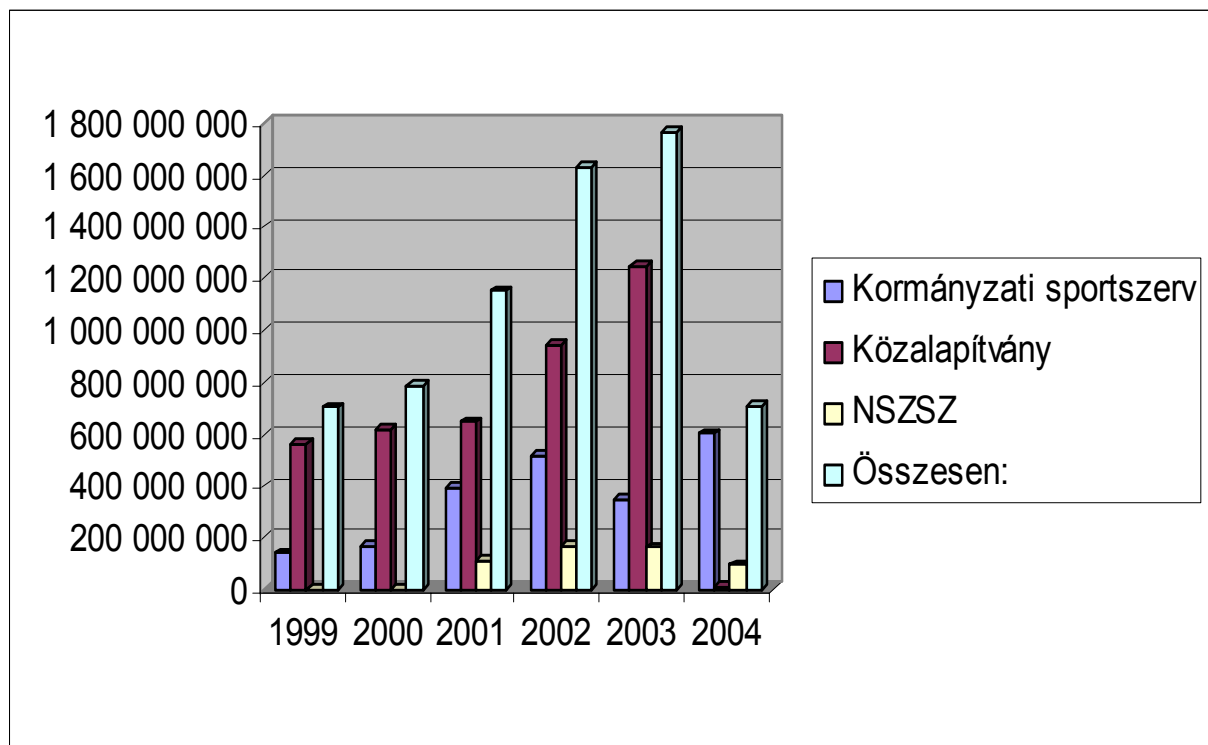
Év	Tényleges bevételek	Nyújtott támogatások
2001	113.368,000	96.556,000
2002	170.582,542	170.446,921
2003	166.098,542	154.729,000
2004	97.540,000	67.950,000

⁵³ Az adatokat összeállította: Salga Péter, a Nemzeti Szabadidősport Szövetség titkára, in. Az aktivitás forrásai című előadás fóliák, felhasznált források: vonatkozó költségvetési törvények, az NSzSz mérlegei, a Wesselényi Sport Közalapítvány mérlegei, Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia sportfinanszírozás alakulása táblázatai

9. táblázat A központi szabadidősport támogatások alakulása összesen 1999-2004 között

Év	Összeg (ezer forintban)
1999	705.138,988
2000	789.584,000
2001	1.152.817,000
2002	1.631.774,542
2003	1,762.078,880
2004	711.790,000

6. ábra A központi szabadidősport támogatások alakulása 1999-2004 között

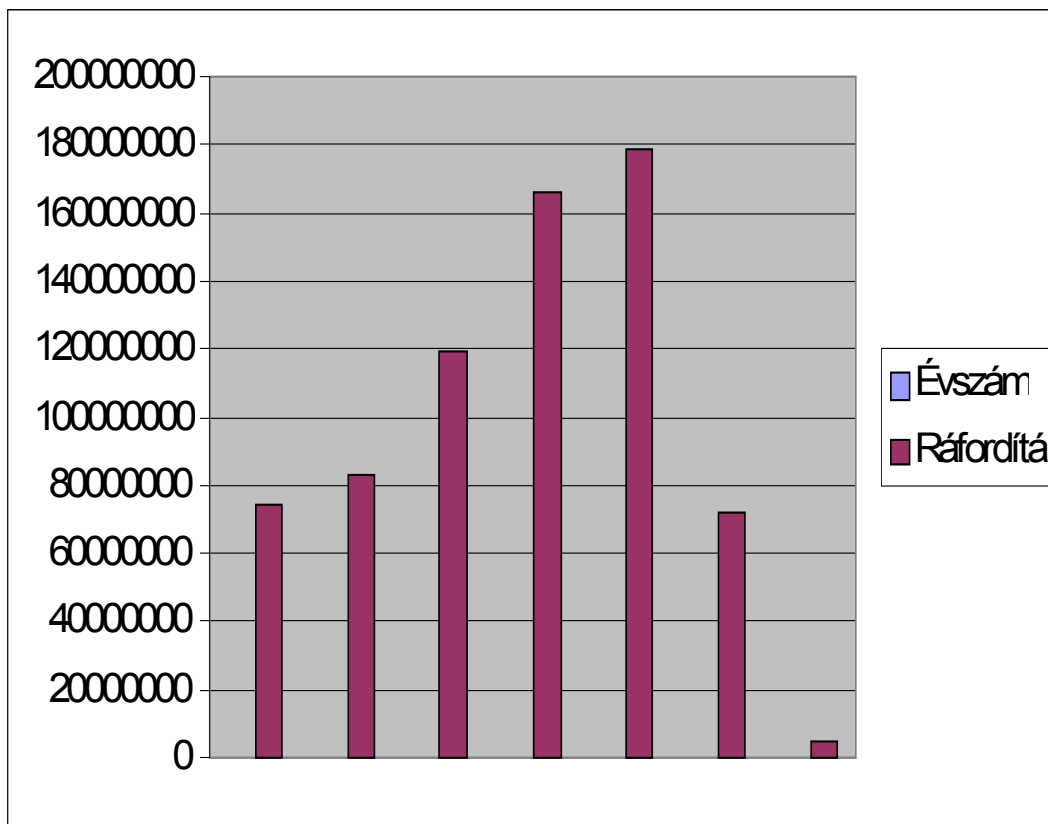


10. táblázat A központi szabadidősport támogatások reálértéken vett alakulása 1999-2004 között

(az adatok ezer forintban)

Évszám	Folyó értéken	Ráfordítás reálértéken ⁵⁴
1999	705.138,988	735.879,520
2000	789.584,000	815.056,590
2001	1.152.817,000	1.177.153,254
2002	1.631.774,542	1.648.859,221
2003	1.762.078,880	1.780.933,124
2004	711.790,000	711.790,000

7. ábra A központi szabadidősport támogatások reálértékének alakulása 1999-2005 között



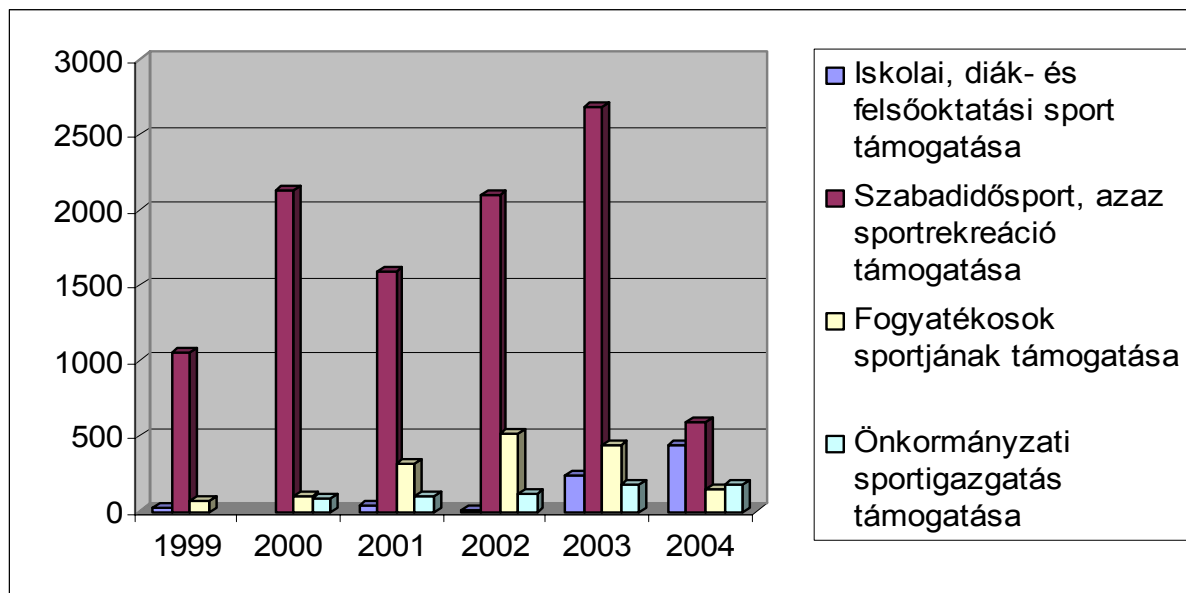
⁵⁴ A reálérték számítása a 2004-es évre vonatkozik a KSH honlapon (www.ksh.hu) található fogyasztói árindexek idősorai alapján.

11. táblázat A Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia sportfinanszírozás alakulása 1999-2004 között

(adatok ezer forintban⁵⁵)

Kiadási előirányzatok XXIV. Gyermek-, Ifjúsági és Sportminisztérium	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Iskolai, diák- és felsőoktatási sport	24,50		35,00	2,00	237,90	442,00
Szabadidősport	1.055,30	2.126,00	1.597,80	2.093,10	2.682,30	590,00
Fogyatékosok sportja	72,90	94,30	322,00	515,40	432,40	140,00
Önkormányzati sportigazgatás		90,00	107,60	120,40	180,00	180,00

8. ábra A Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia sportfinanszírozás alakulása



⁵⁵ 1999-2003 években a tényleges teljesítések alapján, a játékadós soroknál a ténylegesen befolyt bevétel van figyelembe véve.

12. táblázat A Sport XXI. Nemzeti Sportstratégia sportfinanszírozás reálértékének alakulása 1999-2004 között

Évszám	Ráfordítás (ezer forintban)
1999	1.101.305,800
2000	2.194.586,403
2001	1.631.529,956
2002	2.115.014,757
2003	2.682.300,000
2004	590.000,000
2005	48.000,000

9. ábra A Sport XXI: Nemzeti Sportstratégia sportfinanszírozás reálértéken vett alakulása

