



A (szabadidő)sport alapfogalmai és kutatott területei

Szabó Ágnes

115. sz. Műhelytanulmány
HU ISSN 1786-3031

2009. szeptember

Budapesti Corvinus Egyetem
Vállalatgazdaságtan Intézet
Fővám tér 8.
H-1093 Budapest
Hungary

Absztrakt

A tanulmány a jövőbeni szabadidősport-kutatásokhoz egyfajta alapként fogalmi áttekintést ad a szabadidőről és a sport különböző aspektusairól, kutatott területeiről, valamint a szabadidősport közgazdasági értelemben vett hasznosságáról, egyén, társadalom, gazdaság és vállalatok szintjén.

Kulcsszavak: sportgazdasági kutatások, szabadidő, sport, szabadidősport

Abstarct

This paper would like to give an overview about the different concepts and aspects of leisure and sport, list the different areas researchers deal with, and show a picture about the utility of leisure sport in connection with human being, society, economy and companies, with the purpose of founding the coming leisure-sport researches.

Key words: researches in sport business, leisure, sport, leisure sport

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	4
Sportgazdasági kutatások	5
Alapfogalmak, alapkoncepciók	9
A sport definiálása.....	11
Sporttermék és sportfogyasztás	17
A hivatásos sportról röviden	18
Fogalomtisztázás: amatőrsport, tömegsport, szabadidősport, sport for all, rekreáció, fitness, wellness	20
Sportgazdasági kutatások a szabadidősport hasznosságáról: egyén, társadalom, gazdaság és vállalatok szintjén.....	25
Miért hasznos az egyénnek a szabadidősport?.....	25
Miért hasznos a társadalomnak a szabadidősport?.....	26
Miért hasznos a gazdaságnak a szabadidősport?.....	27
Miért hasznos a vállalatoknak a szabadidősport?	29
Külföldi helyzetkép, példák	30
Összegzés	31
Hivatkozásjegyzék	32

Bevezetés

Érdemes többet sportolnunk szabadidőnkben, mert Nefiodow¹ szerint a 6. Kondratyev-ciklusban a fejlődés szűk keresztmetszete a testileg-lelkileg egészséges ember lesz. Az eddigi Kondratyev-ciklusok a technikáról, műszaki megoldásokról (gőzgép, vasút, acél, elektronika, kőolaj, autó, információ-technológia) szóltak, amelyek számos környezet- és egészségkárosítással jártak. Ezzel ellentétben a 6. ciklus fő hajtóereje az egészség, az egészséges ember lesz. Nefiodov a 6. ciklus fontos tényezőiként, fontos gazdasági szegmenseiként említi a szabadidősportot, a turizmust, a gyógyturizmust, a biotechnológiát és a gyógyszeripart. Sokan vitatják a Kondratyev-ciklusok létét, de az nem vitatható, hogy a sport, a szabadidősport egyre fontosabb tényezővé válik a társadalomban és gazdasági súlya is egyre szignifikánsabban jelentkezik.

A sport már 1985-ben az Európa Tanács országaiban 35-40 milliárd USD² forgalmi értéket produkált, amely az össz fogyasztás 1,5%-át tette ki. 1985 és 1995 között Angliában megduplázódott – 5 milliárd fontról 10,4 milliárd font lett – a fogyasztók összesített szabadidősportra fordított kiadása (Gratton, 2000). 2000-ben ez a szám már 11,5 milliárd fontra rúgott, ami akkor a GDP 1,8%-át tette ki.³

Az Európai Bizottság tanulmánya szerint⁴ 2001-ben a teljes foglalkoztatásnak megközelítőleg 2%-a sporttevékenységen, sportszolgáltatáson alapult. A sport által közvetlenül vagy közvetetten létrejött munkahelyek száma 1990 és 2000 között 60%-kal emelkedett, 2000-re majdnem elérte 2 milliót. Egy 2006-os tanulmány szerint a sport 2004-ben az EU-ban 407 milliárd euró hozzáadott értéket generált, ami az EU GDP-jének 3,7%-át tette ki. Emögött a teljesítmény mögött 15 millió ember állt, az uniós munkaerő 5,4%-át foglalkoztatták a sportban (Varga, 2008).

Magyarországon a területre vonatkozó friss, hiteles adatok nem kerültek még publikálásra. A helyzetkép elkészítéséhez az ÖTM (Varga, 2008) adataira támaszkodtam, amelyek a 2000-es évek elejéről származó adatok. Ezen adatok szerint a magyar „sportgazdaság” becsült árbevétele évi 350 milliárd forint. Az állami költségvetésbe a sportszektorban nyereségesen működő cégek által 2,1 milliárd forint társasági adó kerül, a végső sportfelhasználás révén

¹Der Gesundheitsmarkt – Die Wachstumlokomotive für das 21. Jahrhundert: <http://www.kondratieffzyklen.de/6.Kondratieff1.htm>

² A XIII. Európai Sportkonferencia (1995) munkadokumentuma, idézi András (2002)

³The socio-economic benefits of sport participation in Canada, http://www.canadianheritage.gc.ca/progs/sc/pubs/socio-eco/sports_participation_e.pdf, Gazdasági hatások fejezete alapján

⁴Játékszabályok – Az Európai Unió és a sport, ISMertető, az Ifjúsági és Sportminisztérium szakmai kiadványsorozata

pedig 60 milliárd forint ÁFA. Jelentős tételnek tekintendő a sportban foglalkoztatottak SZJA-ja, mely meghaladja éves szinten a 10 milliárd forintot. A sportágazat ezzel nettó költségvetési befizető. A sportban foglalkoztatott személyek száma is jelentős, legalább 23 ezer fő, ami a nemzetgazdaság összes foglalkoztatottjának 0,9%-a. A magyar sportágazat részesedése a GDP-ből 0,7–1% körüli. Ez kirívóan alacsony arány az uniós országokhoz képest, ahol ez ma már, a 2000-res évek végén általában 1,5–2,5%.

Sportgazdasági kutatások

A sport gazdasági jelentőségének megnövekedése megteremtette a sport gazdasági elemzésének igényét. A sportgazdaság a sportjavak és szolgáltatások előállításában, a cserében és fogyasztásban felmerülő döntési alternatívákkal, és e döntések megvalósításának társadalmi környezetével és következményeivel foglalkozik.

A sport gazdasági kérdéseivel foglalkozó kutatások nem állnak össze egységes iskolákká, nincs önálló tudományterületként megnevezhető sportgazdaságtan. Európát tekintve az angolszász kutatások jellemzően a klasszikus közgazdaságtan alapfeltevéseit felhasználva a csapatban játszott látványsportok közgazdasági problémáit vizsgálják. A kutatások másik meghatározó módszertani hátterét a neokeynesiánus, neomarxista megközelítések jelentik, amely kutatások jellemzően a sport nemzetgazdasági szerepének, nemzetgazdasági hatásainak elemzésére koncentrálnak (András, 2006).

Szabadidősport területén a kutatások egy jelentős része – szintén az angolok vezető szerepével – egyrészt jellemzően makro szinten a szabadidősport nemzetgazdasági hatásával, másrészt mikro szinten, gazdálkodási, menedzsment kérdésekkel, azon belül főleg létesítménykérdésekkel és az egyes funkcionális területekkel (HR, pénzügy, marketing) foglalkozik⁵. Egy másik csoport, szintén mikro szinten, a keresleti oldalt vizsgálja, sportfogyasztást marketing szemszögből vagy szociológiai tanulmányok keretében.⁶

⁵ Lásd például a terület utóbbi években megjelent jelentősebb könyveit a Routledge kiadásában: Ben Oakey – Martin Rhys (2008): *The Sport and Fitness Sector*; George Torkildsen (2005): *Leisure and Recreation Management*; Hans Westerbeek et al (2006): *Managing Sport Facilities and Major Events*; Peter Culley, John Pascoe (2009): *Sports Facilities and Technologies*; Chris Wolsey et al (2008): *HRM in the Sport and Leisure Industry*; Robert Wilson – John Joyce (2007): *Finance for Sport and Leisure Managers*; Angela Green (2009): *Sports Marketing*; Alain Ferrand – Scott McCarthy (2008): *Marketing the Sports Organisation*

⁶ Itt főleg az EU felméréseit, (Eurobarometer), és az egyes országok kormányzati, minisztériumi szintű felméréseit érdemes említeni. Hazai szinten lásd a KSH adatain kívül Földesiné (1998), Polányi (1998), Laki-Nyerges (1999), Hoffmann (2000), Szabó (2004), Neulinger (2007), Pataki (2007), Földesiné et al (2008).

Ahogy az előbbi felsorolásból is láttuk, a sportgazdaságtani kutatások esetében is megtalálhatók a közgazdaságtani elemzés hagyományos szintjei (1. táblázat). Makroszinten a sport gazdasági jelentőségét, a nemzetgazdasági jövedelemhez, a foglalkoztatáshoz, a fogyasztói kiadásokhoz való hozzájárulást mérik. Jelentős nemzetközi események (olimpia, vb) hatáselemzése is ehhez a szinthez köthető. Mikrogazdasági kutatások a piaci működés kérdéseit, a kereslet és kínálat jellemzőit, a szolgáltatásokat és a sportszervezetek működését vizsgálják. A két szint között jelenik meg a mezoszint, mely a sportágak mint iparágak olyan sajátosságaival foglalkozik, mint például a ligák gazdaságtana és a játékos-piac működési specialitásai (András, 2002).

1. táblázat A sportgazdasági kutatások főbb területei

Vizsgálódási terület	Elemzési szintek		
	mikro	mezo	makro
Hivatásos sport	<ul style="list-style-type: none"> szolgáltatások jellege, piac szereplőinek viselkedése, sportszervezetek működése 	<ul style="list-style-type: none"> a ligák gazdaságtana, munkaerő-piaci sajátosságok, kartell-problémák, 	<ul style="list-style-type: none"> olimpia, piac szabályozásának kérdései
Szabadidősport	<ul style="list-style-type: none"> létesítmények gazdasági kérdései, non-profit sajátosságok, kereslet meghatározása, externáliák 	<ul style="list-style-type: none"> sportágak gazdaságtana 	<ul style="list-style-type: none"> a sport nemzetgazdasági hatása

Forrás: Dénes-Misovicz, (1994), Nagy, (1996) alapján András, (2002)

Az 1. táblázat egy általános, bármely országban használható táblázat a sportgazdaságtani kutatások áttekintéséről. A 2. táblázatban a magyarországi helyzetet, a magyar sport(gazdasági) témájú tudományos kutatások, írások jellemző területeit gyűjtöttem össze.

2. táblázat: Sport(gazdasági) témájú tudományos kutatások, írások jellemző területei és szemléletmódja Magyarországon⁷

Szerző	Jellemző kutatási területe sport témában	Jellemzően a sport melyik területével foglalkozik/zott	Fő szemléletmódja
Ács Pongrác (PTE)	Sportstatisztika, sportközgazdaságtan, a sport regionális versenyképessége	Professzionális sport	Közgazdasági, gazdálkodástani
András Krisztina (BCE)	Üzleti elemek a sportban, sportágak gazdaságtana (labdarúgás)	Professzionális sport	Közgazdasági, gazdálkodástani
Berkes Péter (SE-TF)	Szponzoráció, sportágak gazdaságtana (labdarúgás)	Professzionális sport	Marketing
Dénes Ferenc (SE-TF)	Sportgazdaság, sportszolgáltatások, sportágak gazdaságtana	Professzionális sport	Közgazdasági, gazdálkodástani
Fóti Péter (ME)	Sportszociológia	Professzionális és szabadidősport	Szociológiai
Földesiné Szabó Gyöngyi (SE-TF)	Sport mint társadalmi alrendszer	Professzionális és szabadidősport	Szociológiai
Hoffmann Istvánné (BCE)	Sportmarketing, szponzorálás	Professzionális és szabadidősport	Marketing
Laki László (MTA)	Ifjúságszociológia, életmód és sport	Szabadidősport	Szociológiai
Misovicz Tibor (BCE)	Sportszociológia, sportgazdaságtan, sport és média kapcsolata	Professzionális és szabadidősport	Szociológiai
Nádori László (SE-TF)	EU és sport, Edzésmélet, sportelmélet	Professzionális és szabadidősport	Szociológiai
Nagy Péter (BCE)	Sportközgazdaságtan	Professzionális és szabadidősport	Közgazdasági
Neulinger Ágnes (BCE)	Sportfogyasztás	Szabadidősport	Marketing
Nyerges Mihály (SE-TF)	Sportmenedzsment, eseménymenedzsment, sportszociológia	Professzionális sport	Vezetési-szervezési Szociológiai
Polányi Gábor	Sportfogyasztás	Szabadidősport	Szociológiai
Sárközy Tamás (BCE)	Sportjog	Professzionális és szabadidősport	Jogi
Szántai Tamás (BCE)	Sportmarketing	Professzionális és szabadidősport	Marketing
Takács Ferenc (SE-TF)	Testkultúra	Professzionális és szabadidősport	Szociológiai

Forrás: saját gyűjtés

⁷ A táblázat szerkesztés alatt áll (még előfordulhat, hogy nem teljes, valamint nem minden benne szereplő személy jelzett vissza, hogy egyetért azzal, ami róla szerepel).

Ha a táblázatot végignézzük, nem találunk gazdálkodástani megközelítésű kutatást a szabadidősport területén. A gazdasági szempontú kutatások – külföldön is, és Magyarországon is – jellemzően a hivatásos sporttal (leginkább futballal) foglalkoznak. A hivatásos sportot bizonyos szempontból egyszerűbb gazdasági szempontok szerint elemezni. A szabadidősport – a magyar gazdálkodástani szakirodalomban mindenképpen – mellőzött mostohagyermek, nincs széles körű szakirodalma. Ahogyan a gazdasági sajtóban is elenyésző számú cikket szentelnek a témának. A hiányérzetemet alátámasztják a 3. táblázat adatai. A Világgazdaság, a HVG és a Figyelő, valamint a Menedzsment Fórum archívumaiban kerestem rá különböző, a szabadidősport szempontjából fontos kifejezésekre, az elmúlt 8-9 év cikkeit áttekintve. A legfontosabb gazdasági újságok minimális mértékben foglalkoznak a szabadidősporttal, annak üzleti vonatkozásával. A táblázatban szereplő első szám a keresési találatot, a második szám zárójelben pedig a cikkek átolvasása után relevánsnak ítélt találatok számát mutatja.

3. táblázat: Gazdasági lapok szabadidősport vonatkozású írásainak száma (db)

	Világgazdaság 2000.10.01.– 2009.07.18.	HVG 2001.07.18. – 2009.07.18.	Figyelő 2001.07.18. – 2009.07.18.	Menedzsment Fórum 2000.10.01.– 2009.07.18.
szabadidősport	4 (3)	15 (5)	18 (8)	6 (5)
rekreáció	0	15 (2)	10 (1)	11 (5)
tömegsport	1 (0)	18 (3)	5 (2)	3 (0)
sportszolgáltatás	0	0	1 (0)	0
sportszolgáltató	0	18 (2)	13 (1)	1 (1)
sportvállalkozás	0	4 (1)	1 (0)	0
sportvállalkozó	0	0	0	0
sportfogyasztás	0	0	0	0
sportfogyasztó	0	0	0	0
sportüzlet	0	8 (0)	1 (0)	2 (0)
sportpiac	0	2 (1)	1 (0)	1 (1)
sportpolitika	1 (0)	6 (0)	2 (1)	0
sportfinanszírozás	4 (1)	10 (0)	4 (2)	1 (0)
sportcsekk	2 (2)	0	0	0
sportturizmus	0	2 (2)	3 (0)	3 (1)
sportszer	5 (0)	7 (3)	4 (1)	88 (3)

Forrás: Saját gyűjtés 2009.04.18.-2009.07.18.

Az üzleti élet – a gazdasági sajtó tanulsága szerint – még nem „fedezte fel” teljes mértékben a szabadidősportot, az abban rejlő potenciált. Bőven vannak még lehetőségek e területen a jövőre nézvéen.

Alapfogalmak, alapkoncepciók

A következőkben meghatározom, értelmezem a szabadidő, a sport, a sportfogyasztás, a sporttermék, a hivatásos sport és a szabadidősport fogalmakat. Céлом az is, hogy az olvasó különbséget tudjon tenni az amatőr sport, a tömegsport, a szabadidősport, a „sport for all” (mindenki sportja), a rekreáció, a fitness és a wellness fogalmai között.

Szabadidő koncepciók

Első megközelítésben, ha történetileg vizsgáljuk a szabadidőt, akkor az nem más, mint a technikai haladás és a társadalmi erők kettős hatása alatt a termelőmunka által az ember nem termelő tevékenysége számára felszabadított időmennyiség (Tibori, 2002). A munka és a szabadidő a modern ipari társadalomban különült el. A szabadidő a nem munkával töltött idő.

Ha nyelvészetileg vizsgáljuk meg a szót, a francia "loisir" etimológiája a latin "licere", megengedni, megengedve lenni igére nyúlik vissza (Murphy, 1981). Kevésbé tükrözik ugyan a szabad választást a germán és szláv nyelvek "szabad" és "idő" kombinálásai, bár a német "Freizeit" is rendelkezik ezzel a jelentéstartalommal, ahogy a magyarban is a "szabadidő" alak terjedt el a valami után megmaradó "szabad idő" helyett. Ma a magyar nyelvben a szabadidő kifejezést használjuk minden szabadon végzett tevékenység eltöltésére szánt idő meghatározásakor.

Az angol nyelv szofisztikáltabb és kétfajta szabadidőt különböztet meg: "leisure"-t és "free time"-ot. „A free time pragmatikus fogalom. Ha a mindennapi embernek van egy kis szabadideje, csinál benne valamit, ami ízlésének és lehetőségeinek éppen megfelel. A leisure azonban valami más. Benne az ember a szabadság érzését és lehetőségét teljesíti ki. Szabadságot arra, hogy megvalósítsuk magunkat. A munkaidőben az ember azt végzi, amit muszáj, a leisure értelmében vett szabadidőben pedig szabadságát gyakorolja.” (Vitányi, 1995, 383. old.) A "free time" tehát a nem munkával töltött idő, míg a "leisure" a minőségi szabadidő, vagy más szóval a rekreáció.

A "leisure"-t önmagunk megvalósítására, személyiségünk ápolására, képzésére, a flow megszerzésére fordíthatjuk. A szabadidő flow-élménnyé, tökéletes élménnyé is válhat. A tökéletes élmény a lehető legtöbb és legjobb, amit az ember átélhet, a teljes beleélés és átadás

művészete. Bármely tevékenység lehet flow-élmény. „A munkába bele van építve a cél, a visszacsatolás, a szabályok és az elvárások, melyek mind arra bátorítják az embert, hogy elmélyedjen, hogy összpontosítson és átadja magát neki. A szabadidő viszont szervesen és sokkal nagyobb erőfeszítést igényel élvezetessé alakítani azt. A szokásokat és ismereteket igénylő, szabályokat és célokat felállító hobbik, melyekhez valódi érdeklődés és belső fegyelem is kell, a szabadidőt valóban azzá varázsolják, aminek lennie kell: rekreációvá...” (Csíkszentmihályi, 1997, 228. old.). Csíkszentmihályi szerint a passzív szórakozás nem jó, mert az felesleges erő- és energiafelhasználás. Minőségelvű gondolkodás kell a szabadidő eltöltését illetően.

Dumzeider (1960) szerint a szabadidőnek (az ő megfogalmazásában a „leisure”-nek) három funkciója van: a személyes fejlődés biztosítása, a szórakozás és a felüdülés-felépülés.

Richard Peterson (idézi Vitányi, 2001) definíciója szerint szabadnak nevezzük azt az időt, amelyben nem végzünk fizetett munkát, a családdal és a háztartással kapcsolatos feladatokat, nem intézünk személyes ügyeket és nem alszunk.

Max Kaplan (idézi Vitányi, 2001) hét dolgot nevezett meg a szabadidővel kapcsolatban: a munka ellentéte, kellemesség, önkéntes társadalmi munka, a szabadság pszichológiai érzékelése, kultúra, nem fontos dolgokkal való foglalkozás, játék.

Egyértelmű, kizárólagos szabadidő-definíció nincs, de az teljesen egyértelmű, hogy a technika forradalmi fejlődésével a társadalmi szabadidő szükségszerűen nő. Az emberek nincsenek felkészülve a megnövekedett időmennyiség eltöltésére. Az időnek csak kisebb részét használják fel, mint "leisure", mint valódi rekreáció, nagyobb részben a vulgáris (nem minőségi, azaz nem kreatív, nem intellektuális, hanem inkább passzív) szabadidő-magatartás pozíciói erősödnek.

Leitnerék (2004) könyvében azt olvashatjuk, hogy egy 70 évet élő ember életéből 27 évet szabadidejére szánhat. A könyv egy másik adata szerint 18-tól 78 éves korunk 60 évéből 18 év a szabadidőnk. Nem kellene elpazarolnunk életünk legnagyobb „részegységet” tévészésre, amely jelenleg a legtöbb időt veszi el szabadidőnkől.

Nash (1960) megalkotott egy szabadidőeltöltési-piramist, melyben a nulla alatti szinten a társadalom ellen elkövetett tevékenységek - bűnözés, vandalizmus – állnak. A nulladik szinten az egyén maga ellen, a saját fejlődése ellen ható szabadidős tevékenységek állnak, úgymint ivás, krónikus tévénézés, de akár a túlzásba vitt sport is lehet ilyen. Az első szinten a kikapcsolódás, szórakozás található, olyan tevékenységekkel, mint például a tévénézés, mozi,

vagy sportesemény látogatása. A második szinten az érzelmi bevonódást, érzelmi részvétel fontosságát hangsúlyozó tevékenységek állnak, mint zenehallgatás, színházi élmény, de sportesemény megtekintése is lehet ezen a szinten. A harmadik szinten lévő tevékenységek aktív részvételt követelnek meg, ilyen a zenélés, vagy a sportolás. A negyedik, legmagasabb szinten a szabadidős tevékenységeink kreativitást is igényelnek, mint például a zeneszerzés vagy egy új stratégia kiötlése a sportban. Az egyes szinteken megvalósuló és egymásra épülő cselekvési formák célja elvezetni az egyént a minőségi élet megtapasztalásához. Minél feljebb van egy tevékenység a piramisban, annál értékesebb mind az egyén, mind a társadalom számára.

Vitányi (1993) a szabadidős viselkedési típusokat négy részre osztotta. A passzívok csoportjába azok tartoznak, akik szabadidejükben nem csinálnak semmit, esetleg televíziót néznek, vagy kocsmába mennek. A kreatívok nevükhöz híven a szabadidejüket felüdülésre, rekreációra használják. Az akkumulatívok minden iránt érdeklődnek, de nem kötelezik el magukat semmihez, nincs szenvedélyük. Az inspiratívok értelmiségiek, akik a magasabb kultúra iránt érdeklődnek, és nekik fontos önmaguk építése, képzése és az értékek ápolása.

A 4C (Cross Cultural Consumer Characterisation) a következő rekreációs típusokat különbözteti meg: változatos (varied), otthonülő (home-bird), vásárolgató (walker, shopper), eljáró (occasional out-goer), intellektuális (consumer of high-culture), kocsmázó (pub-goer), sörözőbe járó (brasserie pub-goer), nyitott-fiatalos (easy-going, youthful). A felsorolt nyolc típusból mindössze az intellektuálisok, a nyitott-fiatalosak és esetleg a változatosak csoportjáról mondható el a minőségi szabadidő-eltöltés.

A sport definiálása

Nehéz felállítani egy olyan kritériumrendszert, amely egyértelműen meghatározná, hogy egy tevékenységet mikor tekinthetünk sportnak. A sport határai elmosódtak. Különböző társadalmak, sőt ugyanazon társadalom egyes tagjai más-más tevékenységeket sorolnának az általuk kialakított rendszerbe. Időbeli változások is folyamatosan vannak, az ókori olimpiák egy-egy sportága ma nevezetesebbek, és ez fordítva is így van.

4. táblázat: Sport különböző megközelítésekben: sport definíciók kulcsszavai

Szerző(k)	A sport definíció kulcsszavai
Huizinga (1955)	Szabad tevékenység, nem kötődik anyagi

	érdekeltséghez, profithoz, saját szabályrendszere van
Caillois (1961)	Szabad, térben és időben korlátozott, bizonytalan, nem produktív, szabályok által vezérelt és szerepjáték (a való világon kívüli)
De Grazia (1963)	Tiszta szabadidő, olyan tevékenység, ami önmagáért van
Loy (1968)	Formalizált vagy nem formalizált játék, társadalmi intézmény, társadalmi rendszer
Bourdieu (1978)	Különös, másra vissza nem vezethető társadalmi jelenség
Takács (1979)	Testkultúra
Kun, Sipos (1979)	Teljesítményközpontúság, fizikai és szellemi, szabad játék
Heinemann (1980)	Testmozgás, teljesítményelv, társadalmi normák által szabályozás, nem produktív
Kelly (1982)	Szervezett, fizikai erőfeszítés, összemérés, szabályok és formák
Spears, Swanson (1983)	Testi (fizikai) bátorság és érzék, verseny, stratégia és/ vagy esély, bekapcsolódás az élvezet és az elégedettség miatt
Elvin (1993)	Verseny, fizikai aktivitás, szervezeti keretek, a kimenetel befolyásolja az élmény minőségét
Dénes, Misovicz (1994)	Szabadidő, testgyakorlás, játék, versengés
Nagy (1996)	Szabadidős tevékenység, fizikai tevékenység, testmozgás, versengés, fizikai erő kifejtés
Wann (1997)	Képességek, érzék, verseny, stratégia és/ vagy esély, bekapcsolódás az élvezet és az elégedettség és/ vagy az egyéni haszon, nyereség miatt
Nemzetközileg elfogadott definíció az Európai Sport Charta 2.cikkelyének (1997) megszületése előtt	Meghatározott szabályok, időtöltés vagy versenyszerűen végzett testgyakorlat
Európai Sport Charta 2.cikkely (1997)	Fizikai tevékenység, szervezett formában, fizikai és szellemi erőnlét fejlesztését szolgálja, társadalmi kapcsolatok teremtése, vagy versenyeken eredmények elérése céljából
Európa Tanács definíciója	Fizikai aktivitás, alkalmi vagy rendszeres, fizikai állóképesség és mentális jóllét kifejezését vagy fejlesztését, szociális kapcsolatok létrehozását vagy

	versenyeredmények elérését célozza
2000. évi CXLV. törvény a sportról	Meghatározott szabályok szerint, a szabadidő eltöltéseként vagy hivatásszerűen végzett testedzés, illetve szellemi gyakorlat, alkalmilag vagy szervezett formában, fizikai, illetve szellemi erőnlét fejlesztését szolgálja
András (2003)	Klasszikus értelmében fizikai erőfejlesztés, versengés, szabadidőben végzett tevékenység
Varga (2008) – (ÖTM)	a) koncentrált, jelentős emberi tevékenység, fizikai edzettséggel az egyén lelki-szellemi minőségét is javítja b) testkultúra c) a versenysport profittermelő (gyakran elszakad a sport univerzális eszményeitől, céljaitól) d) polgári öntevékenység és önfejlesztés e) közösségi sport és a szabadidős sportolási tevékenység a személyes és közösségi önmegvalósítás/közösségépítés eszköze

Forrás: Neulinger (2007) és saját gyűjtés alapján

A 4. táblázat jól tükrözi a sport megközelítésének sokszínűségét. Vannak rendszeresen feltűnő elemek, mint például a verseny jelenléte, vagy éppen a fizikai tevékenység. A sport egy kiragadott, de általánosan elfogadott definíció szerint: szabadidős tevékenység, fizikai tevékenység, testmozgás, versengés, tulajdonképpen fizikai erőfejlesztéssel, versengéssel járó szabadidőben végzett tevékenység (Nagy, 1996). Ugyanakkor a versengés képes sportággá alakítani olyan sportokat is, amelyek nem járnak fizikai erőfejlesztéssel (pl.: szellemi sportok).

A sport játék, szórakozás is, bár Huizinga (1990) *Homo ludens* című művében kifejti, hogy a modern társadalmakban a sport mindinkább eltávolodik a játéktól. Bírálója, Allen Guttmann (1998) viszont a sportot egyértelműen játéknak, egészen pontosan egyfajta játékos versengésnek definiálta. Egyértelmű meghatározás nincs, az azonban biztos, hogy mára a professzionális sport teljesen eltávolodott a könnyed, játékos örömszerzéstől, az már nem szabadidős tevékenység, hanem jövedelmező munka. Tamás (1998, 36. old.) ezt úgy fejezi ki, hogy „... a játékosok, az edzők, az egyesületek elsősorban megélni akarnak a sportból, megszerezni a mindenkori győztesnek járó anyagi lehetőségeket, és teljesíteni közvetlen támogatóik követeléseit, és minden eszközt megragadnak, hogy akár a játék gyilkolása árán is legyőzzék ellenfeleiket.”

A következőkben egy rövid történelmi áttekintés segítségével bemutatom, hogyan alakult ki a sport mai formája és a jelenkor hivatásos- és szabadidősportja.

A testkultúra egyidős az emberiséggel. Már a halászó, vadászó, gyűjtögető ősember életének is része volt a futás, az ugrás, a dobás, a pontos célzás, a testi erő és ügyesség. Enélkül kipusztult volna az ember. A néprajz megállapításai szerint a testedzésnek és a játéknak igen nagy jelentősége volt a korai társadalmakban. Ebben az időben a testkultúra szorosan összefonódott a vallásos kultuszokkal, és erősen átszötte a különböző társadalmi szokásokat, hagyományokat. A legismertebb ókori testnevelési rendszer a görögöké volt. Valamennyi görög városállamban fejlett volt a testkultúra, amely azért szorosan összefüggött a harcászattal, a katonai felkészítéssel. Az Olimpia megrendezése is tőlük ered. A Római Birodalom véres állat- és gladiátorviadalai után az európai középkorban a tömeges testedzés szokása szinte teljesen a háttérbe szorult. Bár a lovagi képzésben szerepelt a testmozgás, a földművelő, feudális társadalmak emberének se ideje, se lehetősége nem volt szabadidejében mozogni, ráadásul a keresztény vallás felfogása szerint a test bűnös teremtmény, amely a lélek börtöne, és amelyet nem edzeni, hanem sanyargatni kell az üdvözüléshez. Mégis, a középkori városok fejlődésével elterjedtek a népi sportok, a városok népe igényelte a közösségi játékokat, a népi vetélkedőket, labdarúgó tornákat. A 15. századtól kezdve, a reneszánszban az emberi test ismét a középpontba került. Ember, természet, test és lélek összefonódott a reneszánsz ember gondolatvilágában. Elterjedt a játék, a labdarúgás, a tánc, a turisztika, a céllövés, a lovaglás és a vívás sportszerű üzése. Az itáliai reneszánsz szelleme Európa-szerte követőkre talált. Legerőteljesebb formában Angliában fejlődött tovább a testkultúra (Takács, 1979).

A sport mai formájának kialakulását a 18. századra tehetjük (Guttmann, 1978). Az elit – aki tanult, volt kellő mennyiségű jövedelme és szabadideje – átvett egyes, korábban önálló funkcióval, szabályokkal rendelkező, meghatározott időpontokhoz kötődő, rituális népi tevékenységeket, amelyeket átalakított, és amelyekhez különféle szabályokat és irányítótestületeket rendelt hozzá.

A 19. században a jövedelem és a szabadidő mennyisége növekedett, ami kedvezett a sportoknak. Valamint az alsóbb rendű társadalmi osztályok nevelésében (energia levezetésében, értékek közvetítésében) is szerepet kapott a sport, sőt, számukra a sport egyfajta felemelkedési lehetőséget jelenthetett.

A 20. században bekövetkezett a szabadidő- és a hivatásos sport szétválása. Ez több okra vezethető vissza. Egyrészt a társadalom szabadideje jelentősen megnőtt, másrészt az

egészséges életforma, az egészségtudatosság mind szélesebb körben való elterjedése következtében kialakult a sportnak egy olyan, a testmozgást, az edzettséget, a fittséget, valamint az egészség megőrzését szolgáló formája, ahol eltűnt a teljesítmény-követelmény, a kemény versengés, és helyette megjelent a rekreációs cél. Egy szűk rétegnél azonban felerősödött a teljesítmény és a kemény verseny kényszere, és a sport elüzletiesedésével (sportfogadás, rádió, tv megjelenésével), a professzionális sport kialakulásával a sporttevékenységek jelentős része elveszítette szabadidős jellegét.

A sport szerkezete tehát alapvetően átalakult. Egyrészt a sport a szórakoztató ipar egyik, hatalmas tömegek érdeklődési középpontjában álló ága lett, másrészt a korábban megfogalmazott célját, az egészség megőrzési funkciót új módon, a versenyzéstől eltávolodva, inkább az egészségügyi ellátás felé közelítve vállalja fel. Mindezek a gyökeres változások gazdasági okok miatt jöttek létre, ugyanakkor a változások az anyagi érdekelttség átcsoportosulására is visszahatottak. A sport (hivatásos sport⁸) egyrészt a szórakoztató ipar, másrészt a szolgáltató ipar részévé vált (Fóris – Bérces).

Azon országokban – többek között Magyarországon is – ahol a sportnak külön törvénye van, ott a jogalkotóknak is meg kell küzdenie a sport fogalmának meghatározásával.

Magyarországon azok a sportágak, melyeknek van nemzeti szakszövetségük, azok jogi értelemben sportnak minősülnek. E körbe tartoznak az olimpiai sportágak, a sakk, a bridzs, valamint azok a sportágak, melyeknek nemzetközi szövetsége tagja a Nemzetközi Sportszövetségek Szövetségének, az AGFIS-nak.

A szociológia tudományterülete hagyományos és modern sportokat különböztet meg, és alapvetően a sport kialakulására, eredetének, fejlődésének kérdéseire összpontosít.

Másfajta nézőpont a közgazdászé. Ha közgazdaságilag közelítjük meg a sportot, a sport különböző fajtáit, akkor ezt megtehetjük egyrészt a fogyasztás felől (aktív és passzív tevékenység), másrészt a cserekapcsolatok jellemzői felől. Ez utóbbi esetben beszélhetünk informális sportról, ahol nincs szükség piaci tranzakcióra, így tulajdonképpen ez a tevékenység a megszokott eszközökkel gazdaságilag számba vehetetlen, és beszélhetünk formális sportról, ahol a sportfogyasztáshoz piaci tranzakciók szükségesek (Dénes, 1998). A cserekapcsolatoknál a vizsgálat szempontjának döntő tényezője, hogy mi a csere tárgya:

⁸ Érdekesség, hogy Nyerges – Petróczi (2002) szerint a szórakoztató szerepkör a szabadidősportban is megjelenik, ahol az aktív mozgást végző maga szórakoztatja önmagát.

mások sportolása, mint szórakoztatás, látványosság, vagy maga a testmozgás. Az első esetben a sportolást végzők döntő többsége számára a sportolásból származó, illetve ehhez kapcsolódó közvetlen jövedelmek a meghatározóak, a sportolás munka, és alapvető célja az előmenetel és az ehhez kapcsolódó többletjövedelem szerzése. A második esetben a sportoló számára a testmozgásból származó jövedelem az összjövedelem szempontjából nem meghatározó. Tiszta esetben a sportolásból egyáltalán nem származik jövedelem, a mozgás célja az egészségmegőrzés és a szabadidő minőségi eltöltése. A versenyszerű sportból azonban van jövedelem, fogyasztási többlet, és a szabadidő eltöltése mellett fontos az előmenetel is (Dénes – Misovicz, 1994).

5. táblázat: A sport típusai és főbb gazdasági jellemzői

A sport típusa	A csere tárgya	A sportoló számára a sporthoz kapcsolódó közvetlen jövedelem	Elérni kívánt fő cél
Professzionális	a sportrendezvény, mint látványosság	meghatározó	előmenetel
Rekreációs versenyszerű	sportolási lehetőségek és felszerelések	elhanyagolható	előmenetel és szabadidő eltöltés
Rekreációs szociális	sportolási lehetőségek és felszerelések	nincs	szabadidő eltöltés és egészségmegőrzés

Forrás: Dénes – Misovicz, 1994, 58. old.

Hasonló, szintén közgazdasági megközelítést alkalmazott Nagy (1995) is, aki két kategóriát különböztetett meg a formális sporton belül: a rekreációs sportot és a professzionális sportot.

6. táblázat A szabadidő- és a hivatásos sport összevetése

	Szabadidősport	Hivatásos sport
A sport	<ul style="list-style-type: none"> ▪ szabadidős tevékenység, ▪ fizikai erőfeszítéssel jár, ▪ nem szükséges eleme a verseny 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ munka, hivatás, ▪ nem feltétlenül jár fizikai erőfeszítéssel, ▪ szükséges eleme a verseny
A sportoló célja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ szabadidő eltöltés, ▪ egészségmegőrzés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ jövedelemszerzés, ▪ előmenetel
A sportoló közgazdasági szerepe	fogyasztó	munkaerő
Fogyasztó	a sportoló maga	a szórakozni vágyó közönség
Fogyasztó elsődleges célja	egészségre gyakorolt hatás	élvezeti érték

Forrás: Nagy, 1995 alapján András, 2002

A szabadidősport esetén a közgazdasági értelemben vett fogyasztó a sportoló maga, aki szabadidejében, a sportnak a saját közérzetére és egészségi állapotára gyakorolt pozitív hatása miatt fizikai tevékenységet végez. A professzionális sport fogyasztója a szórakozni vágyó közönség, akinek a sport megtekintése, a hivatásos sportolók versenye élvezeti értéket nyújt.

Sporttermék és sportfogyasztás

A sporttal való találkozás egyúttal a sporttermékkel való találkozást is jelenti. A sporttermék részeit – amelyek akár önállóan, akár egymást kiegészítve vehetők igénybe – a következő elemek jelentik (Mullin et al. 1993; Hoffmann, 2000; Shank, 2002, Neulinger, 2007):

- tárgyasult, fizikai jellemzőkkel rendelkező tárgy (pl. teniszcipő)
- szolgáltatás (pl. tenispálya bérleti lehetőség)
- személy (pl. sztársportolók)
- szervezet (pl. Gilda Max Fitnesz Klub)
- hely/helyszín (pl. bármely szabadtéri rendezvény helyszíne)
- eszme, imázs (pl. fittség)

Ezek a sporttermék-elemek a következő csoportokba rendeződve kerülnek 'elfogyasztásra':

- Sportesemény: magában foglalja a sportjátzmákat, mérkőzéseket, a sportcsarnokot (helyszínt), a sportolókkal, sportsztárokkal együtt. A sportfogyasztás történhet aktívan és passzívan egyaránt.
- Sporttárgyak: minden sporteszköz, sportruházat, továbbá a sport-lábbelik alkotják ezt a csoportot, de ide tartoznak az ereklyék, emléktárgyak is.
- Sportolás, edzések: aktív sportrésztvételt jelent, a sportfogyasztó által végzett tevékenységek összessége, beleértve a sportoláshoz kötődő egészségügyi szolgáltatásokat is.
- Sporthírek: napilapok, magazinok, rádió- és televízió csatornák, Internet oldalak hozzáféréseinek a megvásárlásával jut hozzá a sportfogyasztó.

A sport nemcsak a sportban aktívan vagy passzívan résztvevők számára termék. A sport iránt a következő csoportok részéről jelentkezik kereslet:

- az egyén, aki nézőként vagy résztvevőként támaszt keresletet a sport iránt
- a szponzor/támogató, aki a sport finanszírozásában üzleti vagy más alapon vesz részt
- a média, amely a sportesemény közvetítése iránt jelentkezik kereslettel.

A tárgyiasult sporttermék fizikailag megfogható a fogyasztók számára. A megfogható sporttermékek közül a legfontosabbak: belépőjegy, sportlétesítmények tárgyi környezete, sporteszközök, sportruházat, sportlábbeli, márkázott emléktárgyak. A sporttermék jellemző tulajdonsága, hogy jelentős része megfoghatatlan. Még a megfogható elemek is kiegészülnek a használat során olyan élményekkel, illetve szolgáltatásokkal, amelyekkel együtt alakul ki a sportfogyasztás egésze. A megfoghatatlan sporttermék legfontosabb elemei a következők: sportesemény, sztárok, sportszervezet, klubok, személyzet, imázs (Neulinger 2007).

A sportfogyasztás a következő formákban nyilvánulhat meg (Hoffmann, 2000, Neulinger 2007):

- (1) Részvétel sportversenyen, mérkőzésen nézőként
- (2) Sportközvetítés figyelemmel követése rádióban vagy televízióban, sportsajtó olvasása
- (3) Részvétel játékosként sporteseményen, mérkőzésen
- (4) Aktív részvétel szabadidős sporttevékenységben
- (5) Sport témájú számítógépes játékokban való részvétel vagy bekapcsolódás online sport chat fórumokba
- (6) Sporteszközök vásárlása
- (7) Sport 'emléktárgyak' vásárlása

A sportfogyasztás az aktív – passzív skála végpontjai között mozog. A legpasszívabb sportfogyasztást a sporthírek fogyasztása és az interaktív sportjáték vagy kommunikáció (számítógépes sportjáték, online chat) jelenti. A nézői sportfogyasztás, a sporteszközvásárlás vagy a sport emléktárgyak vásárlása ennél nagyobb mértékű aktivitást követel meg az egyéntől. A részvétel akkor a legaktívabb, ha az egyén magában a sportolásban, azaz a fizikai aktivitásban vesz részt. Ezt teszi, ha szabadidejében vagy hivatásszerűen sportol (Neulinger, 2007).

A hivatásos sportról röviden

András (2004) alapján különbséget kell tenni a sportpolitikában, sportadminisztrációban szinonimaként használt versenysport, professzionális sport, élsport és látványsport kifejezések között.

7. táblázat: A sport fejlődési fázisai és a sportfogalmak alakulása

Fázisok	A változás oka	A sport változása	Újabb sportfogalom
Kezdetben	-	aktív tevékenység	aktív sport
1. fázis	a teljesítmény összemérése	versenyszerűség	versenysport
2. fázis	a nézői érdeklődés	passzív tevékenységként is	passzív sport
3. fázis	jegyek szedése	hivatásossá válás	professzionális vagy hivatásos sport
4. fázis	a sporttevékenység végzésére való szakosodás	sportsikerekben mérhető hivatás	élsport
5. fázis	a média érdeklődése	televíziós terméké válhatott a sport	látványsport

Forrás: András, 2004

A hivatásos sport szerkezetének részletes elemzése, szereplőinek és a köztük lévő kapcsolatoknak mélyreható tanulmányozása nem célom, csak a legalapvetőbb dolgokat mutatom be.

A hivatásos sport piacán a középpontban a sportesemény áll, ez jelenti a piaci csereügylet tárgyát. Ezen a piacon a sportoló a kínálati oldal egyik kulcsszereplője: az esemény egyik létrehozója, munkaerő, akinek elsődleges célja a jövedelemszerzés, valamint a sporttal kapcsolatos előmenetel elérése. A kínálati oldal további szereplői még az egyes sportvállalkozások, a sportági szakszövetségek, illetőleg a bajnokságok lebonyolítását végző ligák, valamint a rendezvények sportiparon belüli, illetőleg a sporthoz csak közvetetten kapcsolódó szállítói.

A piac keresleti oldalán három fogyasztói kategóriát különböztethetünk meg: a közönséget, a médiát, valamint különböző, az eseményeken reklámozóként, szponzorként megjelenő vállalatokat, bár az utóbbi kettő nem "tisztá" fogyasztó, ők inkább "ügyfelek".

A sportrendezvények elsődleges fogyasztója természetesen a közönség, amely a helyszínen vagy a médián keresztül követi nyomon az eseményt, és nyilvánvaló, hogy nézők hiányában a média és a szponzorok sem mutatnak érdeklődést az adott esemény iránt. Három speciális, csak a sporteseményekre jellemző paraméter – az esemény végkimenetelének ismeretlen volta, a mérkőzések egyedisége, valamint a szurkolói hűség – befolyásolhatja a közönség keresletét. A szurkolói hűség sokkal erősebb kötődést jelent a márkahűségnél, ezért egy

esetleges minőségromlás, vagy a piacon megjelenő, jobb minőségű és ugyanolyan könnyen elérhető versenytárs (például egy másik, sikeresebb helyi klub) megjelenése sem eredményez a fogyasztók többségénél „márkaváltást”. A fogyasztók hűségük kifejezéséeként merchandise-termékeket, magyarul „csecse-becséket” is rendszeresen vásárolnak.

A piac jelentős szereplője a média, elsősorban a televízió, amely közvetítőként jelenik meg a kínálat és az esemény elsődleges fogyasztói, a közönség között. A televízió-társaságok profitforrást látnak a különböző sportrendezvényekben, amely a közvetítéshez kapcsolódó reklámidő eladásából származik.

A sportesemények média általi egyre szélesebb körben való fogyasztása lehetőséget teremtett a gazdasági élet különböző területein tevékenykedő vállalatok számára, hogy marketingtevékenységeket folytassanak egy-egy rendezvényhez kapcsolódóan. A vállalati PR egyik fontos eleme lehet nagyobb sportesemények vagy akár egy-egy sportoló, klub, nemzeti válogatott szponzorálása, támogatása pénzbeli hozzájárulással vagy különböző, a vállalat profiljába vágó, az esemény megrendezéséhez szükséges eszközök biztosításával.

E rövid áttekintés, az öt hivatásos sportpiac – fogyasztói, játékos, közvetítési jogok, szponzori és merchandise piac (András, 2004) – érintőleges bemutatása után a továbbiakban a szabadidősporttal foglalkozom.

Fogalomtisztázás: amatőr sport, tömegsport, szabadidősport, sport for all, rekreáció, fitness, wellness

Ha szabadidősport esetében beszélünk sportfogalmakról, akkor egy részük hangsúlyozza a tevékenység végzésének szervezett formáját, és annak szabadidőben végzett önkéntes voltát, ezzel együtt kizárják a passzív részvétel lehetőségét. Másik részük a hivatásos sport elemeinek (munkavégzés, jövedelemszerzés, versengés, teljesítmény-összemérés) tagadása által definiál. Harmadik részük a definiálást különböző sporttevékenységek vagy azok végzésének hatásainak felsorolása által végzi el. A fogalmak elnevezésében sincs egység.

8. táblázat: Jellemző szabadidősport-fogalmak a nemzetközi és hazai irodalomban

Fogalom (amit az adott forrás használ)	Definíció, vagy annak elemei	Kulcselemek	Forrás
amatőr sport	nem profi csapatok versenyeznek és	- hivatásos sport elemeinek	The economic

	nincsenek nézők, nincsenek nézői kiadások.	tagadása	significance of amateur sport in the city of Calgary in 2002 tanulmány
amatőr sport és aktív rekreáció	készségek, képességek használata, ami edzést, felkészülést igényel, verseny másokkal, saját magunkkal, vagy a természettel (pl. extrém sportok, rafting) szervezeten, erre kialakított környezetben.	-kizárja a passzív részvételt -szervezett formában	The economic significance of amateur sport and active recreation in Edmondton in 2000 tanulmány
sport és rekreáció	aktív testmozgás	-kizárja a passzív részvételt	Economic impact of P.E.I. sport and recreation tanulmány
rekreáció	önként végzett szabadidős szórakozás, személyiségfejlesztés, elsősorban fizikai rekreáció, tevékeny pihenés, sportolás, tömegsport, kocogás, aerobic	-önként -szabadidőben -kizárja a passzív részvételt	Wolanska, (1974, idézi: Szabó 2002)
rekreáció	a szabadidő eltöltés kultúrája, azon belül is a jó közérzet, a jól-érzés, a jól-lét, a minőségi élet megteremtése. 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.	- célok, hatások felsorolása (pl.: jó közérzet, a jól-érzés, a jól-lét, a minőségi élet megteremtés - sport része a rekreációnak	Kovács (2002)
rekreáció	szabadidőben végzett tevékenység, olyan idő, amit ha jól használunk fel, jól érezzük magunkat, személyiségünk kiteljesedik, és ezzel együtt környezetünk is fejlődik. Fontos az emóció, és a szabad elhatározás;	-szabadidőben -„szabadon” - jól-lét, jó-érzet - sport része a rekreációnak	Szabó (2002)
szabadidősport	fizikai erőfeszítést, koordinációs képességet igényel, néhány esetben eszközöket, máskor állatokat (lásd lovaglás), lehet benn és kinn.	-kizárja a passzív részvételt	The growing business of sport and leisure (2000) tanulmány
szabadidősport	nincs verseny és egyre jobb sportteljesítményre törekvés	- hivatásos sport elemeinek tagadása	The socio-economic benefits of sport participation in Canada (2005) tanulmány

diák-és szabadidősport	a testi-lelki-szellemi frissesség megteremtője, az egészséges életmód kialakításának színtere, a betegségek prevenciójának, s az egészség megőrzésének legfőbb eszköze. A testkultúra része, fizikai rekreáció, célja a fizikai és pszichikai kondíció megőrzése és fejlesztése, a természetes mozgásigény kiélése, az egészséges életritmus kialakítása és a játék.	- célok, hatások felsorolása	Budai (1999)
szabadidősport	szabadidőnkben kikapcsolódás, felfrissülés, illetve egészségünk óvása, teljesítő képességünk megőrzése vagy növelése céljából	-szabadidőben -célok felsorolása	Kovács (2002)
szabadidősport	leegyszerűsítve minden, ami nem jövedelemszerző sport	- hivatásos sport elemeinek kizárása	Földesiné (2002)
szabadidősport	egészségmegőrzés, kikapcsolódás, szabadidős tevékenység	-szabadidőben, kikapcsolódásként - egészségmegőrzés	Polányi (1998)

Forrás: saját gyűjtés

A sportadminisztráció, a sportpolitika és számos sporttal foglalkozó irodalom sokszor szinonimaként használja az amatőr-, a tömeg-, a szabadidősportot és a rekreációt, valamint a fogalmak palettáját bővíti a fitness és a wellness is. Egy újabb, elterjedőben lévő szabadidősport-fogalom a „sport for all”. Nagy a fogalmi káosz, ezért a következőkben arra vállalkozom, hogy megpróbálok a különbségekre rávilágítani, egyfajta folyamatot felvázolni, támaszkodva az irodalmi gyűjtésekre, valamint különböző sporttudományi konferenciákon és 2008-ban a TF Rekreáció PhD-kurzusán Jakabházy László professzortól hallottakra.

9.táblázta: A szabadidősport témában előforduló fogalmak

VÁLTOZÁS	JELLEMZŐJE	FOGALOM
még van verseny, de csak szabadidőben üzik	nincsenek nézői kiadások	amatőr sport

eltűnik a verseny, politikai háttér, politikai indíttatás a rendszerváltás előtti időszakban, („a sport nem csak a kiváltságosoké”)	cél nagy tömegek, a lakosság megmozgatása	tömegsport
politikai háttér eltűnik, emellett nő a szabadidő és a bevétel, valamint szemléletváltozás, egészségtudatosabbá válás	hasznosan kellene eltölteni a megnövekedett szabadidőt, cél a kikapcsolódás, aktív pihenés, felfrissülés	szabadidősport
újra (a tömegsportéhoz hasonlóan) ki kell hangsúlyozni, hogy a „sport mindenkié”, mindenki sportoljon szabadidejében		„sport for all” (mindenki sportja) ⁹
egyre erősebb egészségtudatosság	cél a testi-szellemi egészségmegőrzés, helyreállítás, munkavégző képesség újrateremtése ¹⁰ , életminőség javítása, felüdülés, jó közérzet, jólét elérése, de nem csak a sport által, a sport a rekreáció része ¹¹	(aktív) rekreáció
szolgáltatók megjelenése, és az irántuk való egyre jelentősebb kereslet megjelenése	egészséges életmód, életforma (de mozgalmként és állapotként is felfogható), melynek kulcselemei a mozgás és étkezés, célja az egészségi állapot és a fizikai és mentális teljesítőképesség emelése	fitness
szolgáltatás-csomagok, programmá fejlődés, komplexitás, életformává	egészség-megőrzési program, amelynek a szépségkultúra,	wellness

⁹ A „sport for all” fogalma több mint négy évtizedes múltra tekint vissza a nyugati államokban, hazánkban az utóbbi években kezdett elterjedni, a szabadidősport szinonimájaként. Nemzetközi szervezetének alapszabálya kimondja, hogy a sporttevékenységhez mindenkinek joga van. (Európai Sport For All Egyezmény, 1975). ÖTM Sport Szakállamtitkársága is aktívan elkezdte használni a fogalmat, létrehozott egy „Mindenki sportja” elnevezésű programot is, melynek keretében a döntően nagy költséghatékonyságú, tömegesíthető és szabadban üzhető mozgásformák fejlesztését célozza meg, továbbá a népesség sporttal szembeni attitűdjét, inaktivitását kívánja befolyásolni szemléletformálással, a szabadidős mozgásformák kínálatának bővítésével. 2006-ban a különböző „Mindenki sportja” programokban résztvettek száma: Mozdulj Magyarország 320 000 fő, Mozdulj Balaton! 27 500 fő, Kihívás Napja 154 000 fő, BSI futóversenyek 40 000 fő, Tárt Kapus Létesítmények 200 000 fő, Diákolimpia 330 000 fő.

¹⁰ A szó eredete a latin recreatio, amelynek jelentése az egészség helyreállítása.

¹¹ A rekreációnak különféle irányzatai alakultak ki: outdoor, egészségcélú, élménykereső, teljesítményelvű irányzatok, és a sport minden egyes irányzatban csak egy részterület.

válás	masszázs, természetgyógyászat, gasztronómia, turizmus is része, a teljes testi-lelki jól-lét szolgálatában ¹²	
-------	--	--

Forrás: saját koncepció

Az amatőr és tömegsport esetében nem jellemző az üzleti elemek megjelenése, a szabadidősport, rekreáció, de főként a fitness és a wellness esetében igen. A fitness és a wellness azonban a szabadidősporton jóval túlmutató fogalmak, részletes tárgyalásuk nem része eme tanulmánynak.

A szabadidősport „alterületeként” jelenhet meg a diáksport (vagy iskolai sport), amely esetében szervezett, iskolai keretek között sportolhatnak a diákok, üzleti elemekről szintén nem beszélhetünk, kifejezetten az állami szféra, és nem a magánszféra felügyeli.

A szabadidősport előfeltételei lehetnek: megfelelő mennyiségű szabadon felhasználható idő (Budai 1999-es optimista becslései szerint Magyarországon a felnőtt lakosság 40 %-a rendelkezik vele), megfelelő életszínvonal, pénz (20 %-nak van) és megfelelő szemlélet (30 %-nak van). Laki és Nyerges (2004) hasonlóan eme három tényezőt emelte ki. Mindhárom tényező együttes megléte körülbelül csak a lakosság 4 %-ánál tapasztalható! Szerencsére, ennek ellenére azért a lakosságnak több mint 4 %-a sportol szabadidejében. Ez tehát azt jelenti, hogy nem feltétlenül kell mindhárom tényező együttes jelenléte. Ezt támasztja alá Pataki (2007) is a magyar fiatalok sportolásáról írt munkájában. Kutatási eredményei szerint a szemléletmód a meghatározó, az hat közvetlenül a sportolási hajlandóságra, ugyanakkor a pénz csak közvetetten hat rá, valamint a fizikai inaktivitás sem magyarázható közvetlenül a szabadidő hiányával.

¹² A wellness hat legfontosabb ismérve Dunn H. Travis (1985, idézi Kovács, 2002) szerint: az egyén egészségéhez kapcsolódó felelősségtudata, rendszeres testmozgás, egészséges táplálkozás (ételek és italok megválogatása), káros szenvedélyek kerülése (élvezeti cikkek, függőséget okozó szerek), óvatosság a gyógyszerek szedésében, rendszeres ellazulás és stressz kezelés, környezetbarát szemléletmód (környezettudatosság). Kovács (2002) szerint két további tényezővel egészült ki a lista napjainkra: szabadidőtudat (igényesség), és igényesség a külső megjelenésben és megnyilvánulásban.

Sportgazdasági kutatások a szabadidősport hasznosságáról: egyén, társadalom, gazdaság és vállalatok szintjén

A szabadidősport kimutathatóan egyaránt haszonnal bír mind az egyének, mind a társadalom, mind a vállalatok számára. Ha közgazdaságilag próbáljuk az egyén számára bekövetkezett hasznosságot vizsgálni, akkor arra a következtetésre jutunk, hogy a szabadidősport a javak osztályozásánál használt mindhárom kategóriába besorolható, értelmezhetjük: tartós fogyasztási cikként, nem tartós fogyasztási cikként, és tőkejószággként (Nagy, 1996).

Kanadai kutatók (Staines – Prince – Oliver, 2003) összességében azt mutatták ki, hogy ha 1 dollárt áldoznak egy ember mozgására, 2-5 dollár a megtérülés tíz éves időtávot vizsgálva. A kanadai kutatáshoz hasonlóan az amerikai betegségmegelőzési központ is felismerte, hogy jó befektetés a szabadidősport. Szerintük "minden dollár, amit a fizikai aktivitás népszerűsítésére fordítanak, három másikat fial" (HVG, 2003). Az Egészségügyi Világszervezet (2003) „Health and development through physical activity and sport” (Egészség és fejlődés a fizikai aktivitás és sport által) címmel kiadott dokumentumában megállapítja, hogy minden fizikai aktivitásba fektetett dollár 3,2 dollár megtakarítást jelent az egészségügyben.

Miért hasznos az egyéneknek a szabadidősport?

Ha a sportolás célja a testi és lelki egészség megőrzése, akkor egyfajta tartós fogyasztási cikként értelmezhető a sport (Nagy, 1996). A rendszeres sportolás ugyanis a jelenben és a jövőben egyaránt hozzájárul az egészség és a jó közérzet kialakulásához és megőrzéséhez, valamint a hosszú élethez. Pozitív hatások lehetnek: testi egészség megőrzése¹³, lelki egészség megőrzése, szellemi frissesség fenntartása, szellemi és fizikai munkavégzőképesség növekedése, rekreálódás, pozitív önkép kialakulása, testsúlykontroll¹⁴, jellem és akarat erősítése, javítása, feszültség, stressz levezetése, jó közérzet elérése. A sport olyan készségeket, képességeket fejleszt, amelyek mind a munka, mind az élet egyéb területeire transzferálhatóak.

¹³ Tudományosan bizonyított, hogy a rendszeres fizikai aktivitás csökkenti a szív- és érrendszeri megbetegedések előfordulási gyakoriságát. Javítja a glükóz-anyagcserét, csökkenti a testsírt és a vérnyomást, ezáltal mérséklődik a kardiovaszkuláris betegségek és a II. típusú cukorbetegség kialakulásának kockázata. A testmozgás hatékony preventív tényező meghatározott tumoros megbetegedések esetében is. A testedzés fejlesztheti továbbá a csont- és izomrendszert, megelőzve a mozgásszervi megbetegedéseket. Az USA-ban végzett felmérések alapján úgy becsülik, hogy a halálesetek 9-16%-a hozható kapcsolatba az inaktív életmóddal. Ha az USA-ban az inaktív férfiak száma 37%-ról 25%-ra lenne csökkenthető, a halálozási arányszám 6%-ról 3%-ra csökkenne (Téglásy, 2006).

¹⁴ AZ USA-ban végzett 10 éves megfigyelés során az alacsony intenzitású fizikai aktivitású életvitelt folytató férfiak és nők között háromszor nagyobb volt az elhízottak aránya, mint az aktív kontrollcsoportban (Téglásy, 2006).

A szabadidősport természetesen nem csak az egészségmegőrzést segíti elő, hanem élvezetet, izgalmat, jól-lét érzést is nyújthat fogyasztójának. Ezen előnyei csupán a sportolás időtartamára korlátozódnak, vagyis a jószág elfogyasztásával a sportoló a tevékenység hasznosságát is elfogyasztja (Nagy, 1996). Ide tartozhat: a játék öröme, verseny öröme, győzelem öröme, élvezet, izgalom, kikapcsolódás, felszabadulás, jól-lét, annak öröme, hogy együtt vagyok a családdal, barátokkal.

Azokat a sporttevékenységeket, amelyek alkalmasak a sportoló egészségének javítására, valamint megőrzésére nem csak tartós fogyasztási cikként, hanem tőkejószágként is felfoghatjuk (Nagy, 1996). Ebben az esetben nem konkrétan az egészségre gyakorolt hatás jelenti a sportolás hasznát, hanem az, hogy a jobb egészségi állapotban lévő ember nagyobb teljesítményre képes, megbízhatóbb munkaerőként jelenik meg a munkaerőpiacon, ami közvetve nagyobb jövedelem elérését eredményezheti. A jobb egészségi állapot további előnye, hogy csökkennek az egészségügyi kiadások.

Miért hasznos a társadalomnak a szabadidősport?

Ha sportolnak az emberek, egészségesebbek lesznek, így kisebb teher hárul az egészségügyre, a társadalombiztosításra. Nemzetközi kutatási eredmények alapján történt becslések szerint a magyar sportoló lakosság arányának 16%-ról 24%-ra való emelkedése pusztán a táppénzkiadások területén csaknem 6 milliárd forint megtakarítást eredményezne (Háttéranyag a Sport XXI Nemzeti Sportstratégiához, 2005). Egy másik becslés szerint több mint egymilliárd forintot lehetne a táppénzkiadásokon megspórolni azzal, hogy a rendszeresen sportoló lakosság arányát a jelenlegi tízről 15%-ra növeljük.¹⁵ Bánki Erik, a Sport és Turisztikai Bizottság elnöke szerint 100 milliárd forint megy el évente olyan betegségek gyógyítására, amelyek mozgásgazdag életmóddal kezelhetők, gyógyíthatók lennének. A gyógyításra fordított összegek mellett elkerülhető a betegség okozta jövedelemkiesés, valamint a jó kondíció nagyobb termelékenységhez vezethet¹⁶. Tehát az egészségi állapot javulása pénzben mérhető költségmegtakarítással vagy bevétel-növekedéssel jár. Adenauer német kancellár már 1956-ban meghirdette, hogy "a prevenció, a sport- és

¹⁵ <http://vg.hu/index.php?apps=cikk&cikk=145393>

¹⁶ Az America National Institute of Health felmérte, hogy 2000-ben Amerikában mekkora volt az egyes betegségek éves össztársadalmi költsége és a következőkre jutott: elhízás, túlsúly - 117 milliárd dollár, szívbetegségek - 183 milliárd dollár, cukorbetegség - 100 milliárd dollár, ízületi bántalmak - 65 milliárd dollár, lelki betegségek - 148 milliárd dollár. Kimutatták, hogy a sport csökkentheti ezen betegségek kialakulásának kockázatát (CDC, 2002). Azt is megállapították, hogy az összes elhalálozásnak és a halált okozó betegségeknek 16,6%-ban a fizikai inaktivitás az oka (CDC, 2004).

rekreációs létesítmények építése ésszerűbb és olcsóbb, mint a kórházak szaporítása." (Kovács, 2002). A sportolás értelmes szabadidőeltöltés, ahol le lehet vezetni a fölös energiákat. A szabadidősportban való részvétel növekedésével csökkenhet a bűnözés, a huliganizmus, így a rendfenntartás költségei is és ezzel együtt javulhat a társadalom többi tagjának közérzete is. A sport előmozdítja a különböző kultúrák közötti párbeszédet is és segít küzdeni a diszkrimináció különböző formái ellen (Eurobarometer, 2003). Felfogható közösségformáló erőként, a szociális kohézió, a közösségi szellem erősítőjeként is. Lehet nemzeti és kulturális identitásformáló erő, hozzájárulhat egy helység társadalmi-szociális fejlődéséhez. A szabadidősport által csökkenthető a halálozási és rokkantsági ráta is (Staines – Prince – Oliver, 2003).

Érdekes az egészségügyi problémák nagyságrendjét a már korábban említett 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 nagy részben köszönhető a fizikai inaktivitásnak) miatti direkt és indirekt költségek összege éves szinten¹⁷.

Miért hasznos a gazdaságnak a szabadidősport?

A szabadidősportnak – az egészséges társadalomnak – köszönhetően nő a gazdaság teljesítőképessége, termelékenysége, nő a GDP (Staines – Prince – Oliver, 2003). A szabadidősport munkahelyeket teremt, költést, adóbevételeket generál. A turisztika egyre fontosabb részét képezik a szabadidősportok.

Palócz (2006) szerint az új növekedés-gazdaságtani megközelítés kimutatta, hogy a fejlett és kevésbé fejlett országok közti nemzetgazdasági versenyképességbeli különbségek

¹⁷ 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.

magyarázatában meghatározó a humán tőke szerepe. (Hasonlót állít az Európai Bizottság egy 2005-ös tanulmánya is (Suhrcke et al, 2005).) 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 nincs összhang a magyar gazdaság fejlettsége és a lakosság egészségi állapota között, ezért Magyarország egészségügyi mutatói hosszabb távon gátolhatják a versenyképesség növekedését. Nem az egészségügyre költött összegek alacsonyok - nyilván lehetnének magasabb is, de a mi fejlettségünk által indokoltnak megfelelnek- hanem egyrészt az egészségügy szerkezetével, az egészségügy hatékonyságával van probléma, másrészt a lakosság életmódjával. Kifejezetten magas az életmódi okkal magyarázható betegségek aránya Magyarországon. Az egészségi állapot ezen káros alakulásának elkerülése végett fontos szerep hárul a társadalom szabadidőben végzett sportolási tevékenységére.

Hasonló eredménye lett a lausanne-i székhelyű Institute for Management Development (IMD) által készített felmérésnek, miszerint Magyarország a 60 ország között a 42. helyet kapta a humán tőkére vonatkozólag. Az IMD összesített, és az egyes egészségügyi indikátorok alapján kimutatott relatív helyezések alapján szintén az a megállapítás mondható ki, hogy Magyarországon relatíve rosszabb az egészségügyi állapot, mint az a fejlettségi mutató alapján elvárható lenne.

Az Európai Bizottság 2004. évi Versenyképességi Jelentése is hangsúlyozta, hogy az egészség a munkaerő produktivitásának növelése és a foglalkoztathatók számának bővülése (alacsonyabb függőségi ráta) révén jelentős szerepet játszik a gazdasági növekedés biztosításában.¹⁸

¹⁸ European Competitiveness Report 2004; European Commission staff working document; SEC (2004) 1397. p. 141.

Miért hasznos a vállalatoknak a szabadidősport?

A táppénzre fordított kiadásai csökkennek, ha sportolnak az alkalmazottjai, kevesebb a munkahelyi hiányzás, a betegség és a munkahelyi baleset, valamint az egészségesebbek jobb fizikai és szellemi teljesítményre képesek és elégedettebbek, motiváltabbak. Felmérések tanulsága szerint az európai munkaerő egynegyede szenved a stressz okozta ártalmaktól. Becslések szerint az ebből adódó megbetegedések, a munkakedv hiányából következő hatékonyságvesztés évente 20 milliárd euró kiesést okoz a kontinens vállalatainak. Magyarországon a munkakiesés egy táppénzes napra vetített kára 100 ezer forint körül van.¹⁹

A sport minél szélesebb körben való üzése kedvezően hat a kapcsolódó iparágakra. A szabadidősport sok iparágat érint a sportruházati cikket, sportszereket és sportfelszereléseket gyártó és forgalmazó vállalatokat, létesítményépítőket, -építtetőket és –üzemeltetőket, kiegészítő szolgáltatást nyújtókat, az élelmiszeriparon, turizmuson keresztül a szórakoztatóiparig, jelentős bevételeket kínálva ezzel az üzleti szféra számára.

A kedvelt menedzsersportok közül rendkívüli népszerűségnek örvend a tenisz, a fallabda, a vitorlázás és a golf. Ezen sportok üzése közben számtalan nagy üzletet is nyélbe lehetett ütni. Ezen szolgáltatásokat egyértelműen üzleti vállalkozások üzleti alapon nyújtják, és ezeken a területeken olvashatjuk legtöbbet a befektetői tőke megjelenését²⁰ (András, 2006).

A vállalatok társadalmi felelősségvállalásukat is demonstrálhatják a szabadidősport által. A nagy tömegeket megmozgató utcai futóversenyeket szervező Budapesti Sportiroda szerint a neves futóversenyeket előszeretettel szponzorálják a vállalatok éppen a társadalmi felelősségvállalás miatt, valamint folyamatosan növekszik a céges csapatok száma.

¹⁹ http://www.mfor.hu/cikkek/Megbetegiti_a_dolgozokat_a_rossz_munkahely.html

²⁰ Lásd például Közép-Európa legnagyobb golfközpontjának 75 millió eurós beruházása a Zala megyei Zalacsány és Kehidakustány határában.

Külföldi helyzetkép, példák

Külföldön léteznek a vállalatoknál kifejezett egészségfejlesztő- és sportprogramok, amelyek következtében bizonyítottan nőtt a termelékenység, az elégedettség, a koncentrációképesség, a kitartás és egyéb, a munkavégzés során hasznos képességek fejlődtek, a hiányzás pedig csökkent.

10.táblázat: Vállalati „mozgás programok” és hatásaik I.

Vállalati „Mozgás Programok”		
Cég	Program típusa	Hatása
Union Pacific Railroad	Mozgás program	80%-kal nagyobb termelékenység 75%-kal jobb koncentráció-képesség
MDS Nordon	Wellness program	Nagyobb termelékenység és megelégedettség
Johnson & Johnson	Fitness program	Pozitív attitűd a munka iránt
NASA	Mozgás program	12,5%-kal jobb állóképesség, kitartás és döntéshozatali-képességek
Canadian Life Assurance	Fitness program	7%-kal nagyobb termelékenység (4%-kal nagyobb termelékenység a programban nem résztvevőknél is)
Signature Corporation	Fitness program	8%-kal nagyobb termelékenység és kevesebb hiányzás (a nem résztvevőknél csökkent termelékenység)
Worksafe Australia	„Mozgás ebéidőben” program	Termelékenység, hangulat, reakcióidő, kognitív és motorikus képességek javulása

Forrás: Nana – Sanderson – Goodchild (2002), 33.old

11.táblázat: Vállalati „mozgás programok” és hatásaik II.

Vállalati „Mozgás Programok”		
Cég	Program típusa	Hatása a hiányzásra
Blackmores Australia	Mozgás program	40%-kal kevesebb hiányzás
Johnson & Johnson	Fitness program	26%-kal kevesebb hiányzás
Mesa Corporation	Egészség program	50%-kal kevesebb hiányzás 5 év után
DuPont Corporation	Egészség és fitness program	14%-kal kevesebb a táppénzes napok száma
Signature Corporation	Fitness program	Kevesebb hiányzás
UK Household Survey	Aktív sport program	33-50%-kal kevesebb hiányzás
Westpac Bank	Fitness program	29%-kal kevesebb hiányzás

Forrás: Nana – Sanderson – Goodchild (2002), 32.old.

Összegzés

A sportgazdasági kutatások a világban és Magyarországon is a hivatásos sporttal szeretnek inkább foglalkozni. A jövőbeni szabadidősport-kutatásokhoz egyfajta alapként fogalmi áttekintést adtam a szabadidőről és a sport különböző aspektusairól, kutatott területeiről. Célom volt az is, hogy az olvasó különbséget tudjon tenni az amatőr sport, a tömegsport, a szabadidősport, a „sport for all” (mindenki sportja), a rekreáció, a fitness és a wellness fogalmai között, valamint lássa a szabadidősport közgazdasági értelemben vett hasznosságait.

Hivatkozásjegyzék

- 1) Actual Causes of Death in the United States, 2000: http://www.cdc.gov/nccdphp/factsheets/death_causes2000_access.htm, 2004. áprilisi tartalommal
- 2) András, K. (2002): Üzleti elemek a sportban, Doktori (PhD) értekezés tervezet, BKÁE, Gazdálkodástani PhD Program, Budapest
- 3) András, K. (2003): A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok, 34. sz. Műhelytanulmány, BCE Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapest
- 4) András, K. (2004): Sport + üzlet = sportüzlet? – üzleti elemek a sportban, Vállalat és Tőkepiac, Nemzetközi Ph.D.-konferencia, Torockó, 2003. október 3-5.
- 5) András, K. (2006): Üzleti elemek a szabadidősportban – A szabadidősport gazdálkodástana. Tanulmány, Budapest
- 6) Culley, P. – Pascoe, J. (2009): Sports Facilities and Technologies. Routledge
- 7) Csíkszentmihályi, M. (1997): Flow. Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája. Akadémiai Kiadó, Budapest
- 8) Dénes, F. (1998): A futball eladásának közgazdasági alapjai. Marketing-Menedzsment, 1998/3. 9-17.
- 9) Dénes, F. – Misovicz, T. (1994): Bevezetés a sportökonómiába. Vezetéstudomány, XXV. évf. 3. szám 57-61.
- 10) Der Gesundheitsmarkt – Die Wachstumlokomotive für das 21. Jahrhundert: <http://www.kondratieffzyklen.de/6.Kondratieff1.htm>, 2006. márciusi tartalommal
- 11) Dumazedier, J. (1960) listed in Edginton C. Coles, R. and McClelland M (2003): Leisure Basic Concepts, Reston, VA
- 12) Economic impact of P.E.I. sport and recreation: http://www.sportpei.pe.ca/Publications/Sport_PEI_Final_Report.pdf, 2006. márciusi tartalommal
- 13) Egészségügyi Világszervezet (2003) „Health and development through physical activity and sport” (Egészség és fejlődés a fizikai aktivitás és sport által) címmel kiadott dokumentuma
- 14) Eurobarometer survey shows that Europeans want sport which is cleaner and more citizen-focused. Brussels, 2003: <http://europa.eu.int/rapid/start/cgi>, 2004. áprilisi tartalommal
- 15) Európai Sport Charta, 2.cikkely (1997)

- 16) Európai Sport for All Egyezmény (1975)
- 17) European Competitiveness Report 2004; European Commission staff working document; SEC (2004) 1397. p. 141.
- 18) Ferrand, A. – McCarthy, S. (2008): Marketing the Sports Organisation. Routledge
- 19) Fóris, Á. – Bérces, E. (?): Sport, gazdaság, terminológia; feek.pte.hu/tudasmenedzsment
- 20) Földesiné, Sz. Gy. (1998): Idős nők testedzéséről szociológiai nézőpontból, Sporttudomány, Nr. 3.
- 21) Földesiné, Sz. Gy. (2002): A sportos életszemlélet hatása a társadalomra, előadás a II. Országos Konferencia a Nők sportjáról, in. Előadás gyűjtemény kötet, GyISM, Budapest, pp. 95-99.
- 22) Földesiné, Sz. Gy. (2008): Sportfogyasztás, mint akulturális fogyasztás válfaja, In Földesiné, Sz. Gy. - Gál, A. - Dóczy, T. (szerk) Társadalmi riport a sportról 2008. Budapest, ÖTM-MSTT
- 23) Gratton, C. – Taylor, P. (2000): Economics of sport and recreation. E and FN Spon, London
- 24) Green, A. (2009): Sports Marketing. Routledge.
- 25) Guttmann, A. (1978): From Ritual to Record. The nature of Modern Sports. Columbia University Press, New York
- 26) Guttmann, A. (1998): Spontán játék, szervezett játékok, versenyek, sportok. Replika, 1998/3. 55-65.
- 27) Háttéranyag a Sport XXI Nemzeti Sportstratégiához, kézirat Budapest, 2005. január http://www.nsh.hu/fileadmin/download/sportigazgas/sportstrategia/Sportstrategia_NST_050121.doc, 2006. márciusi tartalommal
- 28) Hoffmann, I. (2000): Sportmarketing, Bagolyvár, Budapest
- 29) Huiziga, J. (1990): Homo ludens. Universum Kiadó, Szeged
- 30) Idősek világnapja? A hosszú élet titka.: <http://hvg.hu/archivum>, 2003., 2004. márciusi tartalommal
- 31) Játékszabályok – Az Európai Unió és a sport, ISMertető, az Ifjúsági és Sportminisztérium szakmai kiadványsorozata, Budapest 2001, p.16. és p.78.
- 32) Kovács, T. A. (2002): A rekreáció fogalma, értelmezése. In: Válogatott tanulmányok a rekreációs képzés számára (szerk.: Dobozy László), Magyar Sporttudományi Társaság, Budapest
- 33) Laki, L. – Nyerges, M. (1999): A budapesti és a falusi fiatalok sportolása.

- Sporttudomány, 1999/3. 3-11.
- 34) Laki, L. – Nyerges, M. (2004): A fiatalok sportolási szokásainak néhány társadalmi összefüggése. Magyar Sporttudományi Szemle, 2004/2-3. 5-15.
- 35) Leitner, M. J. – Leitner, S.F. (2004): Leisure enhancement. Routledge
- 36) Megbetegíti a dolgozókat a rossz munkahely, Mfor, 2006.november 17:
http://www.mfor.hu/cikkek/Megbetegiti_a_dolgozokat_a_rossz_munkahely.html,
2009. augusztusi tartalommal
- 37) Mullin, B. J. - Hardy, S. - Sutton, W. A. (1993): Sport Marketing, Human Kinetics Publisher
- 38) Murphy, J. F. (1981): Concepts of leisure. Prentice-Hall, Inc
- 39) Nagy, P. (1995): Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtanába. In: Új utak a közgazdasági, üzleti és társadalomtudományi képzésben. BKE Jubileumi Konferencia 1995, Budapest, I. kötet 488-493.
- 40) Nagy, P. (1996): A sport és a rekreáció közgazdaságtana. Oktatási segédanyag, BKE
- 41) Nana, G. – Sanderson, K. – Goodchild, M. (2002): Economic impact of sport. Business And Economic Research Ltd., Wellington
- 42) Nash, J.B. (1960): Philosophy of Recreation and Leisure, William Brown, Dubuque, IA
- 43) Neulinger, Á. (2007): Folyamatos megerősítést igénylő tanult fogyasztás – A társas környezet és a sportfogyasztás viszonya. Ph.D.-értékezés, Budapest
- 44) Nyerges, M. – Petróczi, A. (2002): Sportmenedzsment alapjai, jegyzet, Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Kar, Budapest
- 45) Oakey, B. – Rhys, M. (2008): The Sport and Fitness Sector. Routledge
- 46) Palócz, É. (szerk., 2006): Egészségügy és versenyképesség, tanulmány, Kopint-Datorg Rt., Budapest, 2006. február
- 47) Pataki, Gy. (2007): A sport helye és jelentősége a magyar fiatalok életmódjában a 21. század küszöbén. Szakdolgozat. BCE, Budapest
- 48) Polányi, G. (1998): A sportolás és a testmozgás társadalmi összefüggései. In: Társadalmi tény-kép (szerk.: Szívós Péter – Tóth István György). TÁRKI, Budapest
- 49) Rövidesen jöhet a sportcekk, VG, 2006. október 13.:
<http://vg.hu/index.php?apps=cikk&cikk=145393>, 2009. augusztusi tartalommal
- 50) Shank, M. D. (2002): Sportmarketing, Prentice Hall
- 51) Suhreke, M. – McKee, M. – Arce, R. S. – Tsolova, S. – Mortensen, J. (2005): The contribution of health to the economy in the European Union. Office for Official

Publications of the European Communities, Luxembourg

- 52) Szabó, Á. (2004): A szabadidősport fontossága és megjelenési formái társadalmunkban, különös tekintettel az egyetemistákra, TDK dolgozat, BKÁE, Budapest
- 53) Szabó, Á. (2004): Szabadidősport-fogyasztás egyetemista módra. Szakdolgozat. BKÁE, Budapest
- 54) Szabó, J. (2002): Rekreáció – az elmélet és gyakorlat alapjai, JGYF Kiadó, Szeged, p.23
- 55) Takács, F. (1979): Ép testben.... Móra Könyvkiadó, Budapest
- 56) Tamás, T. (1998): Homo ludens-e a sportoló? Replika, 1998/3. 27-39.
- 57) Téglásy, Gy. (2006): Táplálkozás + Sport = Egészség. OSEI, MOB, Budapest
- 58) The Economic Impact of Physical Activity in Ontario. Dr. Nicholas Staines, Isolde Prince and David Oliver: www.line.ca/lin/recourse/html/econom.htm, 2003. decemberi tartalommal
- 59) The economic significance of amateur sport and active recreation in Edmonton in 2000:http://www.edmontonsport.com/pdf_folder/news_submissions/EconomicSignificance.pdf, 2006. márciusi tartalommal
- 60) 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
- 61) The growing business of sport and leisure: http://www.ausport.gov.au/fulltext/2000/hillary/growing_business_2000.asp, 2006. márciusi tartalommal
- 62) 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
- 63) Tibori, T. (2002): A szabadidő szociológiája. Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kara, Budapest
- 64) Torkildsen, G. (2005): Leisure and Recreation Management. Routledge
- 65) Varga, Cs. (szerk.) (2008): Kistérségi sport és szabadidős stratégia. ÖTM Sport szakállamtitkárság, Budapest
- 66) Vitányi, I. (1993): Szabadidő és társadalmi átalakulás. In: Társadalmi idő – szabadidő. (szerk.: Falussy Béla). Magyar Szabadidő Társaság, Budapest, 382-386.
- 67) Vitányi, I. (1995): Szabadidő és társadalmi átalakulás. In: A szabadidő új problémája a

- mai társadalomban (szerk.: Tibori Tímea). Magyar Szabadidő Társaság, Budapest
- 68) Vitányi, I. (2001): A szabadidő új paradigmája. Kézirat. Budapest
- 69) Westerbeek, H. et al (2006): Managing Sport Facilities and Major Events. Routledge
- 70) Wilson, R. – Joyce, J. (2007): Finance for Sport and Leisure Managers. Routledge
- 71) Wolsey, C. et al (2008): HRM in the Sport and Leisure Industry. Routledge
- 72) 2000. évi CXLV. törvény a sportról