

DOKTORI (Ph.D.) ÉRTEKEZÉS

PAÁR DÁVID

Nyugat-magyarországi Egyetem
Sopron
2013

Nyugat-magyarországi Egyetem
Közgazdaságtudományi Kar
Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola

**A MAGYAR HÁZTARTÁSOK SPORTFOGYASZTÁSÁNAK GAZDASÁGI
SZEMPONTÚ VIZSGÁLATA**

Doktori (PhD) értekezés

Készítette:

Paár Dávid

Témavezető:

Dr. Ligeti Zsombor PhD

Sopron

2013

**A MAGYAR HÁZTARTÁSOK SPORTFOGYASZTÁSÁNAK GAZDASÁGI
SZEMPONTÚ VIZSGÁLATA**

Értekezés doktori (PhD) fokozat elnyerése érdekében

Készült a Nyugat-magyarországi Egyetem
Széchenyi István Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata Doktori Iskola

Közösségi gazdálkodástan programja keretében

Írta:
Paár Dávid

Témavezető: Dr. Ligeti Zsombor PhD

Elfogadásra javaslom (igen / nem) (aláírás)

A jelölt a doktori szigorlaton 100% -ot ért el.

Sopron, 2011. 06. 29.

.....
a Szigorlati Bizottság elnöke

Az értekezést bírálóként elfogadásra javaslom (igen /nem)

Első bíráló (Dr.) igen /nem
(aláírás)

Második bíráló (Dr.) igen /nem
(aláírás)

A jelölt az értekezés nyilvános vitáján % - ot ért el.

Sopron,

.....
a Bírálóbizottság elnöke

A doktori (PhD) oklevél minősítése.....

.....
Az EDT elnöke

Tartalomjegyzék

TARTALOMJEGYZÉK	5
ÁBRAJEGYZÉK.....	7
TÁBLÁZATJEGYZÉK.....	8
1. BEVEZETÉS.....	11
2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS	13
2.1. A SPORTPIAC ÉS GAZDASÁGI JELLEMZŐI	14
2.1.1. Szabadidősport- és látványsport-piacok.....	14
2.1.2. Sport előállítása egyesületi és üzleti alapon, a sport finanszírozása.....	16
2.1.3. Sporttermékek és sportszolgáltatások.....	27
2.2. A SZABADIDŐSPORT ÉLETMINŐSÉGI ÉS VERSENYKÉPESSÉGI VONATKOZÁSAI	29
2.2.1. Sport és egészségi állapot kapcsolata.....	29
2.2.2. Jövedelemegyenlőtlenség, egészségi állapot és életminőség kapcsolata.....	31
2.2.3. A szabadidős sporttevékenység pozitív gazdasági externáliái.....	35
2.3. A SPORTFOGYASZTÁSI SZÜKSÉGLETRE ÉS IGÉNY-KIELÉGÍTÉSRE HATÓ ELEMELK ÉS ANNAK FOLYAMATA	39
2.3.1. A sportfogyasztási-modellek kibontása.....	42
2.3.1.1. Pszichológiai, fiziológiai és szocioökonómiai tényezők	42
2.3.1.2. Környezeti tényezők és referenciacsoprtok	46
2.3.1.3. A változékonyságot mutató tényezők.....	50
2.3.1.4. Sportfogyasztás, mint tanulási folyamat.....	56
2.3.1.5. A belső és külső tényezők összekapcsolódása döntéssé.....	58
2.4. A MAGYAR LAKOSSÁG SPORTFOGYASZTÁSÁRÓL RENDELKEZÉSRE ÁLLÓ ISMERETEK	59
3. KUTATÁS HIPOTÉZISEI, TARTALMA, MÓDSZEREI, INDOKLÁSA.....	64
3.1. A KUTATÁS HIPOTÉZISEI	64
3.2. A KUTATÁS ALAPJÁT KÉPEZŐ ADATBÁZISOK	66
3.2.1. Háztartási Költségvetési Felvétel (HKF).....	66
3.2.1.1. Az idősor-elemzéshez és a keresleti modellhez használt adatok köre	68
3.2.1.2. A Heckit-modellhez használt adatok köre.....	69
3.2.1.3. A 2008-as HKF-ben található minta összetétele.....	72
3.2.2. Eurostat adatbázis	74
3.3. A KUTATÁSBAN FELHASZNÁLT MÓDSZEREK	75
3.3.1. Idősor-elemzés és a sportfogyasztás keresleti modellje.....	75
3.3.2. Klaszteranalízis	77
3.3.3. Heckit-modell	80
3.3.3.1. Szelektivitási egyenlet.....	81
3.3.3.2. Kvantitatív egyenlet	82
3.3.3.3. A Heckit-modell specifikálása	85
3.3.3.4. A Heckit-modellből számított marginális hatások.....	88
3.3.4. logit-modell és a belőle számított esélyhányados	90
4. EREDMÉNYEK	92
4.1. IDŐSOROS ELEMZÉS A RENDSZERVÁLTÁST KÖVETŐEN A MAGYAR LAKOSSÁG SPORTKIADÁSÁIRA	92
4.1.1. A sportfogyasztás, a jövedelmek és a relatív árszínvonal trendje.....	92
4.1.2. Sportfogyasztás-keresleti idősoros modell.....	99
4.1.3. A H1 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése	101
4.2. KLASZTERANALÍZIS	102
4.2.1. Integráló klasztereljárási.....	104
4.2.2. A H2 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése	108
4.3. KERESZTMETSZETI ELEMZÉS A 2008-AS ÉVRE A MAGYAR LAKOSSÁG SPORTFOGYASZTÁSÁRÓL	109
4.3.1. A mintában szereplő háztartások sportkiadásainak leíró statisztikája, aggregált kiadások..	109
4.3.2. Sportkiadások jelenléte a háztartások éves költségvetésében.....	114
4.3.2.1. Aggregált sportkiadások.....	115
4.3.2.2. Részletes sportkiadási tételek	120
4.3.3. A sportkiadások mértékének alakulása háztartástípusonként.....	124
4.3.3.1. Aggregált sportkiadások.....	124

4.3.3.2.	Részletes sportkiadási tételek	126
4.3.4.	<i>A H3 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése</i>	128
4.4.	ÚJ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK, HIPOTÉZISEK ELFOGADÁSA ÉS ELVETÉSE.....	129
5.	KÖVETKEZTETÉSEK	135
5.1.	AZ EREDMÉNYEK HASZNOSÍTHATÓSÁGA ÉS JÖVŐBELI KUTATÁSI IRÁNYOK.....	140
6.	ÖSSZEFOGLALÁS	142
7.	SUMMARY	144
8.	HIVATKOZÁSJEGYZÉK	146
9.	MELLÉKLETEK	158
9.1.	MELLÉKLET – AZ EGYES KLASZTERELJÁRÁSOK SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREK VÁLTOZÓINAK ÁTLAGÉRTÉKEI.....	159
9.2.	MELLÉKLET: A SPORTKIADÁSOK MEGOSZLÁSA HÁZTARTÁSTÍPUSONKÉNT.....	161
9.3.	MELLÉKLET: SPORTKIADÁSOK JELENLÉTÉRE VONATKOZÓ MODELLSZÁMÍTÁSOK	164
9.4.	MELLÉKLET: SPORTKIADÁSOK MÉRTÉKÉRE VONATKOZÓ MODELLSZÁMÍTÁSOK	169
	KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS	173
	NYILATKOZAT	175

Ábrajegyzék

1. ÁBRA: A PROFESSZIONÁLIS SPORTPIAC MODELLJE	18
2. ÁBRA: A SPORTMÉDIA IPARÁGI MODELLJE	21
3. ÁBRA A VERSENYSPORT IDEÁLIS ÉS KÉPZÉSI ÉS FINANSZÍROZÁSI MODELLJE	23
4. ÁBRA A TAO-FINANSZÍROZÁSI MODELLJE.....	24
5. ÁBRA SZÖVETSÉGEK ÁLTAL BENYÚJTOTT IGÉNYEK %-OS MEGOSZLÁSA JOGCÍMENKÉNT .	25
6. ÁBRA EGYESÜLETEK ÁLTAL BENYÚJTOTT IGÉNYEK %-OS MEGOSZLÁSA JOGCÍMENKÉNT .	26
7. ÁBRA: A SPORTTERMÉK STRUKTÚRÁJA	27
8. ÁBRA: AZ EU-TAGORSZÁGOK CSOPORTJAI A GDP/FŐ ÉS A SZEGÉNYSÉGI RÁTA DIMENZIÓI MENTÉN	32
9. ÁBRA: A JÖVEDELMI SZINT ÉS A JÖVEDELEMEGYENLŐTLENSÉG HATÁSA AZ EGÉSZSÉGRE	34
10. ÁBRA: AZ ÉLETMINŐSÉG KAPCSOLATA A SPORTFOGYASZTÁSSAL, EGÉSZSÉGI ÁLLAPOTTAL ÉS JÖVEDELMI TÉNYEZŐKKEL	35
11. ÁBRA AZ INAKTIVITÁS 10 SZÁZALÉKPONTOS CSÖKKENTÉSÉVEL REALIZÁLHATÓ ELMÉLETI NEMZETGAZDASÁGI MEGTAKARÍTÁSOK ÁBRÁJA	39
12. ÁBRA: FOGYASZTÓI MAGATARTÁS A SPORTBAN	40
13. ÁBRA: A SPORTFOGYASZTÁSI DÖNTÉSI FOLYAMAT MEGHATÁROZÓ TÉNYEZŐI	41
14. ÁBRA: A SZABADIDŐSEKTOR KERESLETÉT MEGHATÁROZÓ ELMÉLETI MODELL	41
15. ÁBRA: AZ AKTÍV SPORTRÉSZVÉTELT BEFOLYÁSOLÓ KÜLSŐ KÖZVETÍTŐ TÉNYEZŐK AZ EGYES ÉLETKOROK ESETÉN.....	49
16. ÁBRA: HÁZTARTÁSOK POZÍCIONÁLÁSA A RENDELKEZÉSRE ÁLLÓ SZABADIDŐ ÉS JÖVEDELEM SZERINT A HÁZTARTÁSFŐ FOGLALKOZÁSA SZERINT	55
17. ÁBRA: A SPORTSZOCIALIZÁCIÓ FOLYAMATA	56
18. ÁBRA: A SPORTFOGYASZTÁS DÖNTÉSI FOLYAMATMODELLJE	58
19. ÁBRA: A REÁLIÁBAN MÉRT SPORTFOGYASZTÁS TRENDJE (1992-2010).....	93
20. ÁBRA: A NETTÓ REÁLJÖVEDELMEK TRENDJE (1992-2010)	95
21. ÁBRA: A REÁLSPORTFOGYASZTÁS ÉS A NETTÓ REÁLJÖVEDELMI TRENDEK	96
22. ÁBRA: A SPORTFOGYASZTÁSI CIKKEK ÉS AZ ÖSSZESÍTETT FOGYASZTÓI KOSÁR ÁRINDEXEINEK ALAKULÁSA ÉS KÜLÖNBségük	97
23. ÁBRA: A SPORTFOGYASZTÁSI CIKKEK RELATÍV ÁRÁNAK CSÖKKENÉSI ÜTEME (%)	98
24. ÁBRA: A SPORTFOGYASZTÁSI KERESLETI LOG-LOG MODELL ILLESZKEDÉSÉNEK GRAFIKONJA	100
25. ÁBRA: AZ INTEGRÁLÓ ELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT ORSZÁGCSONPORTOK.....	107
26. ÁBRA A LOGARITMIZÁLT AGGREGÁLT SPORTKIADÁSI ADATOK ELOSZLÁSA ÉS Q-Q ÁBRÁJA.....	113
27. ÁBRA A LOGARITMIZÁLT SPORTSZEREK ÉS KEMPINGCIKKEK KIADÁSI ADATAINAK ELOSZLÁSA ÉS Q-Q ÁBRÁJA.....	113
28. ÁBRA A LOGARITMIZÁLT SPORTRENDEZVÉNYEK, BELÉPŐDÍJAK KIADÁSI ADATAINAK ELOSZLÁSA ÉS Q-Q ÁBRÁJA.....	113
29. ÁBRA A LOGARITMIZÁLT SPORT-, ZENE-, TÁNCTANFOLYAMOK KIADÁSI ADATAINAK ELOSZLÁSA ÉS Q-Q ÁBRÁJA.....	114

Táblázatjegyzék

1. TÁBLÁZAT: A SZABADIDŐSPORT- ÉS A LÁTVÁNYSZPORT-PIAC KÜLÖNBSEGEI	16
2. TÁBLÁZAT: A SPORTPIACOK A CSERE TÁRGYA ÉS AZ ELŐÁLLÍTÁS MÓDJA SZERINT	17
3. TÁBLÁZAT: AZ EGYÉNI ÉS CSAPAT SPORTOK KÍNÁLATÁNAK JELLEMZŐI	19
4. TÁBLÁZAT: A FIZIKAI AKTIVITÁS POZITÍV HATÁSAI A MUNKAADÓK ÉS A MUNKAVÁLLALÓK SZÁMÁRA	37
5. TÁBLÁZAT: SPORTFOGYASZTÓI CSOPORTOK ÉS JELLEMZŐIK	43
6. TÁBLÁZAT: ÉLETCIKLUS ÉS SPORTOLÁS GYAKORISÁGÁNAK KAPCSOLATA	44
7. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉS SORÁN FELHASZNÁLT SPORT JELLEGŰ KIADÁSI CIKKEK COICOP- KÓDSZÁMAIK SZERINT	68
8. TÁBLÁZAT: AZ ÁTALAKÍTOTT FOLYTONOS VÁLTOZÓK ÚJ DUMMY ÉS KATEGORIÁLIS VÁLTOZÓI	70
9. TÁBLÁZAT: AZ ÁTALAKÍTOTT KATEGORIÁLIS VÁLTOZÓK ÚJ KATEGORIÁLIS VÁLTOZÓI....	71
10. TÁBLÁZAT: A 2008-AS ÉVI HKF-BEN FELMÉRT HÁZTARTÁSOK ARÁNYAI A MINTÁBAN .	73
11. TÁBLÁZAT: A HECKIT-MODELLT ALKALMAZÓ, A SPORTOLÁS GYAKORISÁGÁT, SPORTKIADÁSOK MÉRTÉKÉT KUTATÓ KORÁBBI KUTATÁSOK ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZATA	87
12. TÁBLÁZAT: A SPORTFOGYASZTÁS HARMADFOKÚ MODELLJÉNEK BECSLÉSE	94
13. TÁBLÁZAT: A REÁLJÖVEDELMEK HARMADFOKÚ MODELLJÉNEK BECSLÉSE	95
14. TÁBLÁZAT: A SPORTFOGYASZTÁSI CIKKEK ÉS AZ ÖSSZESÍTETT FOGYASZTÓI KOSÁR ÁRINDEXEINEK ALAKULÁSA	97
15. TÁBLÁZAT: A SPORTFOGYASZTÁSI CIKKEK RELATÍV ÁRVÁLTOZÁSA AZ ÖSSZESÍTETT FOGYASZTÓI KOSÁRHOZ VISZONYÍTOTTAN	98
16. TÁBLÁZAT: A SPORTFOGYASZTÁS LOG-LOG KERESLETI MODELLJE (1992-2010)	100
17. TÁBLÁZAT: A MÓDOSÍTOTT MODELL PARCIÁLIS RUGALMASSÁGI ÉRTÉKEINEK TESZTELÉSE	101
18. TÁBLÁZAT: A KÜLÖNBÖZŐ KLASZTERELJÁRÁSOK SORÁN FELHASZNÁLT VÁLTOZÓK....	102
19. TÁBLÁZAT: PEARSON-FÉLE KORRELÁCIÓS EGYÜTTHATÓK A STANDARDIZÁLT VÁLTOZÓK KÖZÖTT	103
20. TÁBLÁZAT: A HAT KLASZTERELJÁRÁS SORÁN KIALAKULT KLASZTEREK	104
21. TÁBLÁZAT: PEARSON-FÉLE KORRELÁCIÓS EGYÜTTHATÓK A KLASZTERELJÁRÁSOK EREDMÉNYEI KÖZÖTT	105
22. TÁBLÁZAT: AZ INTEGRÁLÓ KLASZTERELJÁRÁS SORÁN FELHASZNÁLT ÁTLAGOS KLASZTERKÖZÉPPONTI TÁVOLSÁGOK ÉS A KIALAKULT ÚJ KLASZTEREK	106
23. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI AZ INTEGRÁLÓ ELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEIN	107
24. TÁBLÁZAT: A MINTÁBAN SZEREPLŐ HÁZTARTÁSOK SPORTKIADÁSAINAK JELLEMZŐI KIADÁSI TÉTELENKÉNT	111
25. TÁBLÁZAT: AZ ÖSSZES SPORTKIADÁS VISZONYA A NETTÓ JÖVEDELMEKHEZ ÉS AZ ÖSSZES KIADÁSOKHOZ	112
26. TÁBLÁZAT: A VIZSGÁLATBA BEVONT FÜGGŐ VÁLTOZÓK NORMALITÁSRA VONATKOZÓ ADATAI	114
27. TÁBLÁZAT: ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZAT A LOGIT- ÉS A PROBIT-MODELLEK EREDMÉNYEIRŐL, A SPORTKIADÁSOK KIADÁSI SZERKEZETBEN VALÓ JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN	116
28. TÁBLÁZAT: AZ AGGREGÁLT SPORTKIADÁSI TÉTEL HECKIT-MODELLJÉHEZ TARTOZÓ KVANTITATÍV EGYENLET ÖSSZEFOGLALÁSA	126
29. TÁBLÁZAT: A H1 HIPOTÉZIS-CSOPORTRA VONATKOZÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK	130

30. TÁBLÁZAT: A H2 HIPOTÉZIS-CSOPORTRA VONATKOZÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK	132
31. TÁBLÁZAT: A H3 HIPOTÉZIS-CSOPORTRA VONATKOZÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK	134
32. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI AZ 1. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	159
33. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI A 2. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	159
34. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI A 3. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	159
35. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI A 4. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	160
36. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI AZ 5. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	160
37. TÁBLÁZAT: AZ ELEMZÉSBE BEVONT VÁLTOZÓK ÁTLAGÉRTÉKEI A 6. KLASZTERELJÁRÁS SORÁN LÉTREJÖTT KLASZTEREKBEKÉBEN	160
38. TÁBLÁZAT: SPORTKIADÁSOK ÖSSZESÍTETT ÉRTÉKEI A MINTÁBAN HÁZTARTÁSTÍPUSONKÉNTI BONTÁSBAN	161
39. TÁBLÁZAT: A KÜLÖNBÖZŐ SPORTKIADÁSOKKAL RENDELKEZŐ HÁZTARTÁSTÍPUSOK SZÁMA ÉS ARÁNYA A MINTÁBAN	162
40. TÁBLÁZAT: SPORTKIADÁSOKKAL RENDELKEZŐ HÁZTARTÁSOK ÁTLAGOS KIADÁSI ÉRTÉKEI (HÁZTARTÁSONKÉNT ÉS FEJENKÉNT) HÁZTARTÁSTÍPUSONKÉNT	163
41. TÁBLÁZAT: LOGIT-MODELL ALAPJÁN SZÁMÍTOTT ESÉLYHÁNYADOSOK A SPORTKIADÁSOK JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN	164
42. TÁBLÁZAT: ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZAT A LOGIT ÉS A PROBIT MODELLEK EREDMÉNYEIRŐL, A „SPORTSZEREK, KEMPINGCIKKEK” TÉTEL KIADÁSI SZERKEZETBEN VALÓ JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN.	165
43. TÁBLÁZAT: ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZAT A LOGIT ÉS A PROBIT MODELLEK EREDMÉNYEIRŐL, A „SPORTRENDEZVÉNYEK, BELÉPŐDÍJAK” TÉTEL KIADÁSI SZERKEZETBEN VALÓ JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN.	166
44. TÁBLÁZAT: ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZAT A LOGIT ÉS A PROBIT MODELLEK EREDMÉNYEIRŐL, A „SPORT-, ZENE-, TÁNCANFOLYAM” TÉTEL KIADÁSI SZERKEZETBEN VALÓ JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN.	167
45. TÁBLÁZAT: LOGIT-MODELL ALAPJÁN SZÁMÍTOTT ESÉLYHÁNYADOSOK AZ EGYES SPORTKIADÁSI TÉTELEK JELENLÉTÉRE VONATKOZÓAN	168
46. TÁBLÁZAT: A „SPORTSZEREK, KEMPINGCIKKEK” KIADÁSI TÉTEL HECKIT-MODELLJÉHEZ TARTOZÓ KVANTITATÍV EGYENLET ÖSSZEFOGLALÁSA	169
47. TÁBLÁZAT: A „SPORTRENDEZVÉNYEK, BELÉPŐDÍJAK” KIADÁSI TÉTEL HECKIT- MODELLJÉHEZ TARTOZÓ KVANTITATÍV EGYENLET ÖSSZEFOGLALÁSA	170
48. TÁBLÁZAT: A „SPORT-, ZENE-, TÁNCANFOLYAM” KIADÁSI TÉTEL HECKIT-MODELLJÉHEZ TARTOZÓ KVANTITATÍV EGYENLET ÖSSZEFOGLALÁSA	171
49. TÁBLÁZAT: RUGALMASSÁGI ÉRTÉKEK ÉS A FELTÉTELES MARGINÁLIS HATÁSOK AZ EGYES SPORTKIADÁSI TÉTELEK HECKIT-MODELLJEI ALAPJÁN	172

1. Bevezetés

A mozgás és az aktív életmód az ősidőktől fogva az emberi élet elválaszthatatlan eleme, melynek funkciója a korok során változott. Míg az őskorban vagy a középkorban az emberi létfenntartás alapvető eszköze volt, addig később egyre inkább a szórakoztatóbb, játékosabb jellege került előtérbe, sőt napjainkra az ülő életmód térnyerésével a népesség nagy része számára kimondottan valamilyen szabadidős tevékenységhez kapcsolódik, mely sok esetben különböző sporttevékenységekben jelenik meg. Mivel a sport ma már ugyanolyan ága a nemzetgazdaságnak, mint bármilyen más termelő vagy szolgáltató szektor, ezért elkerülhetetlen a sport világának minél behatóbb gazdasági szempontú vizsgálata és megismerése.

A disszertáció a sportgazdaság több szegmense közül elsősorban mikrogazdaságtani megközelítést használva a lakossági sportfogyasztás területére fókuszál, különös tekintettel a magyar lakosság sportkiadási szerkezetére és annak időbeli alakulására. A téma aktualitását fokozza, hogy a közéleti döntéshozók is – politikai hovatartozástól függetlenül – egyre nagyobb számban értik meg és ébrednek rá, hogy a sport és az aktív életmód a lakossági életszínvonal emelésének egyik lehetséges eszköze, mely képes nemzetgazdasági hasznokat is „termelni”. Tekintettel azonban arra, hogy viszonylag kevés olyan tanulmánnyal találkozhatunk a magyar szakirodalomban, amely a lakossági sportfogyasztást – az aktív és passzív jellegűt egyaránt beleértve – elemzi gazdasági szempontból, ezért alkalmas olyan kutatási irányok megnyitására, amely a jövőben elengedhetetlen annak érdekében, hogy a sport stratégiai ágazattá válhasson a nemzetgazdaságban és segít abban, hogy a magyar a sportnemzet státuszából átalakuljon, avagy azt megtartva felvegye a sportoló nemzet státuszt is.

A disszertáció főbb célkitűzései öt pontban foglalhatók össze: (1) a magyar lakosság sportfogyasztásával kapcsolatban releváns nemzetközi és hazai – utóbbi esetben inkább szociológiai, semmint gazdasági megközelítésű – szakirodalom összefoglalása annak érdekében, hogy azok alapján lehetőség nyíljon az elvégzendő vizsgálatok pontosítására. (2) A nemzetközi szakirodalom alapján a releváns módszertanok részletes leírása. (3) A magyar háztartási sportfogyasztás longitudinális elemzése, majd a jövedelmi és árszínvonalbeli változások hatásainak kalkulációja a vizsgált időszakban. (4) Nemzetközi kitekintésben összehasonlítás tétele az európai országok körében, egyben Magyarország elhelyezése a vizsgált országok körében a sportfogyasztás és a gazdasági fejlettség

összhatásának függvényében. (5) A magyar háztartások sportfogyasztásának keresztmetszeti vizsgálata a szakirodalmi áttekintésben már feltárt legfontosabb szocio-demográfiai tényezők mentén.

Végül mindezek alapján a végső következtetések levonása során fontos cél azon lehetőségek felvázolása, amelyek segítségével a magyar sportfogyasztási szokások ösztönzése és stimulálása lehetségessé válik.

A disszertáció három fő részre tagolódik, mely során decimális számozást használva négy szintű tagolás alkalmazásával, fejezetekre, alfejezetekre, pontokra és alpontokra bontja a mondanivalót.

A Bevezető fejezetet követően, az értekezés második fejezete az irodalmi áttekintést tartalmazza szorosán támaszkodva a nemzetközi és hazai szakirodalom felhasználására. Ennek során külön bemutatásra kerülnek a sportpiac közgazdasági jellemzői – melyek speciálissá teszik ezt a piaci szegmest – a szabadidősport és az életminőség összefüggésének viszonya, a szakirodalomban megtalálható sportfogyasztási modellek, valamint a magyar lakosság sportfogyasztásáról rendelkezésre álló ismeretek is.

Az értekezés harmadik fejezete a kutatásban megfogalmazott hipotézisekkel indul, majd ismerteti a kutatás alapjául szolgáló adatbázist és a kutatási módszereket. Egyes módszereket nagyobb részletességgel tárgyal a disszertáció, tekintettel arra, hogy ritkán használt eszközökről van szó.

A negyedik fejezetben megtörténik az eredmények részletes bemutatása és a hipotézisek értékelése is. Mindez az alkalmazott módszertan alapján három részre bontva történik meg, mely során külön alfejezetet szöl az idősoros elemzésből, a klaszteranalízisből és a keresztmetszeti elemzésből származó eredmények bemutatásáról és interpretálásáról. Az ötödik fejezetben felvázolásra kerül, hogy milyen területeken hasznosíthatók a dolgozat eredményei, másrészt megfogalmazásra kerülnek a témakörrel kapcsolatos jövőbeli kutatási irányok.

A dolgozatot a hatodik, összegző fejezet zárja.

2. Irodalmi áttekintés

A dolgozat jelen fejezetében többek között általános áttekintést adunk a sport alapvető gazdasági jellemzőiről – elkülönítve egymástól a professzionális és a szabadidős sport jellegzetességeit –, a sportfogyasztás mikrogazdasági kutatásainak állapotáról, valamint a sportfogyasztásban tapasztalható trendekről.

Természetesen a sport sajátosságaiból adódóan rendelkezik néhány olyan jellemzővel, amelyeket nem lehet figyelmen kívül hagyni a gazdaságtani elemzések során. Sok esetben találkozunk ugyanis azzal a gyakorlati élet során, hogy a sportszakemberek és a gazdasági szakemberek ugyanazon sportgazdasági problémát gyökeresen másképpen ítélik meg. Ennek az oka az, hogy rendszerint az ilyen esetekben mindig csak az egyik vagy a másik oldal nézőpontjából értékelik a helyzetet, holott igazán sikeres döntéseket csak abban az esetben lehet hozni, ha a két szempontrendszer egyaránt figyelembevételre kerül és a két aspektus kiegészíti egymást.

Mivel a dolgozat témáját tekintve a lakossági sportfogyasztáson belül is különös hangsúlyt helyez a szabadidősport-fogyasztásra, ezért bemutatásra kerülnek annak pozitív externáliái, hangsúlyozandó, hogy a magyar sportéletben is nagyobb szerepet kell kapnia ennek a területnek a jövőben. Egy ország sportélete – demokratikus viszonyok között – ugyanis alapvetően akkor lehet sikeres, ha nem csupán egy szűk réteg kiváltsága a sport és a siker fokmérője nem kizárólagosan az olimpiai és egyéb világversenyeken elért érmek és helyezések száma. Ott ahol széles alapokon nyugszik egy ország sportélete és tömegek sportolnak a mindennapokban, a megfelelő erőforrások ráfordításával az élsport is eredményes lehet, ugyanakkor az alapok nélkül ez aligha valósítható meg. A fejezet utolsó része a tömegbázis jelenlétének indokoltságát hivatott bemutatni mikro- és makrogazdasági szempontok szerint.

A fejezet a további részében a lakossági sportfogyasztást elemző kutatásokról is átfogó képet nyújt nemzetközi és magyar viszonylatban egyaránt. Míg előbbi esetben kiterjedtebb kutatásokról számolhatunk be, melyek a szociológiai aspektuson kívül magukba foglalják a közgazdaságtani aspektust is, addig utóbbi esetben inkább csak az előbbi területen beszélhetünk átfogóbb ismeretekről, mivel a sportgazdaság ilyen jellegű kutatásai csak az utóbbi időben nyertek teret. Ebből adódóan még sok feltérképezetlen terület van. Jelen dolgozat egyik célja is az, hogy ezt a hiányt részben pótolja.

2.1. A sportpiac és gazdasági jellemzői

Piacról abban az esetben beszélhetünk csak, ha létrejön egy cserekapcsolat az eladó és a vevő között, ennek legfőbb szabályozója az árrendszer.¹ Ez azért fontos, mert a sportban egy igen jelentős részt képvisel az informális sport, amikor ugyan a fogyasztó közvetett módon kapcsolatba kerül a sporttal, de a tényleges sporttevékenység végzése során nem vesz igénybe semmilyen szolgáltatást – pl. futás az erdőben. Ugyanakkor valamilyen szinten az ilyen sportoló is természetesen kapcsolatba kerül a sportpival, ha megveszi a futócipőjét, vagy a stopperóráját.

A sportpivak jellegzetessége, hogy sok szereplő, szervezet kooperál és konkurál egymással egyszerre, ami azonban közel sem jelent minden esetben tökéletes versenyt. A sportpivakon a fogyasztó jellemzően szakértőnek tartja magát, attól függetlenül, hogy valóban az-e vagy sem – amit jól jellemez, hogy a szurkoló „összeállítja” saját csapatát a meccs előtt, az amatőr sportoló megtervezi a saját edzésterhelését. (Más kérdés, hogy ez sok esetben szakmailag szakszerűtlen és éppen a várttal ellenkező élettani hatást vált ki vele.)

A sportpivakon a kereslet rendszerint szezonális ingadozást mutat. Elég, ha a professzionális ligák rendszerint őszi-tavaszi lebonyolítási rendjére gondolunk.

A sportpivak típusainak meghatározásakor többféle szempont szerint is tipizálhatunk, amelyek jó része bármely terület piacaira alkalmazható, ugyanakkor vannak olyanok is, amelyek kimondottan sportspecifikusak. A továbbiakban a klasszikus tipizálási módoktól eltérő, kimondottan a sportra érvényes piacfelosztási módokról lesz szó.

2.1.1. Szabadidősport- és látványsport-pivak

A sporttevékenységek egyik alapvető osztályozási szempontja, és ezzel részpiacképző ismérve, hogy mi a cserefolyamatban a csere tárgya. Ez lehet a sportolás lehetősége vagy mások sporttevékenységének élvezete. Előbbi esetben a szabadidősport részpiacáról (rekreációs sport piva), utóbbi esetben a látványsport részpiacáról (professzionális sport piva) beszélünk. (András, 2003) A továbbiakban a két részpiac bemutatására kerül sor András (2003) és Nagy (1997) munkái alapján.

¹ „Piac a tényleges és potenciális eladók és vevők, illetve azok cserekapcsolatainak rendszere, melynek legfőbb tényezői a kereslet, a kínálat, az ár és a jövedelem.” (Kopányi, 2002, pp. 10.)

A piac egyszerű definíciója szerint egy „olyan folyamat, amelyben a háztartások helyettesítő jószágokról való fogyasztói döntései, a vállalatok mit és hogyanra vonatkozó termelési döntései és a munkavállalók mennyit és kinek döntései kerülnek összhangba az árak szabályozó hatásán keresztül”. (Begg et. al, 1997, pp. 9.)

A szabadidősport-piacra jellemző, hogy szabadidőben végzett sporttevékenységet jelent. Ebben az esetben a sporttevékenységnek versenyeznie kell más szabadidős tevékenységekkel (televízió, mozi, színház stb.), az egyén preferenciájától függ, hogy mennyiben részesíti előnyben az aktív kikapcsolódási formákat – köztük a sportot – a passzív kikapcsolódási formákkal szemben. A sportolás a fogyasztó számára fizikai erőfelfejtással jár, ezért mondhatjuk, hogy a fogyasztásban való részvétel aktív fogyasztót igényel. A szabadidősportnak nem szükséges eleme a verseny, ugyanakkor korunk versenyszemléletű világában természetes az, hogy az alapvetően rekreációs céllal sportolók is megméretik magukat tömegsportrendezvényeken, de ettől ezek a sportolók még csak versenysportolónak számítanak, de semmi esetre sem él- vagy professzionális sportolónak. A hobbisportoló célja a szabadidő hasznos eltöltése és egészségének megőrzése, ezért hajlandó befektetéseket eszközölni saját sporttevékenységébe, amelynek aztán a későbbiekben egyfajta megtérülését várja a hosszabb élettartamban, a több egészségben eltöltött életévben, áttételesen pedig saját maga jobb munkaerő-piaci versenyhelyzetében. A szabadidősportban a sportoló közgazdasági szempontból fogyasztónak minősül, a csere tárgya pedig a sportolási lehetőség és a sportfelszerelés biztosítása.

Ezzel szemben a látványsport-piacra jellemző, hogy inkább munkának minősül a sportoló szempontjából, mert a sportoló célja a jövedelemhez jutás, munkavállalóként jelenik meg munkaerőpiacon. A sport éppen ezért nem feltétlenül jár fizikai erőfelfejtással a fogyasztó számára, mert a fogyasztó itt passzív szerepet tölt be, az élsportolók magas színvonalú sporttevékenységét élvezve jut hasznossághoz, kikapcsolódáshoz, élményhez. Ugyanakkor fogyasztóként nem csak a passzív néző vagy szurkoló jelentkezik, hanem közvetett módon a média és a szponzorok is. A látványsport szükséges eleme a verseny, amely során a sportolók összemérik tudásukat, erejüket, képességeiket, készségeiket, ez adja a sportesemény élvezeti értékét. A verseny jellemzője a bizonytalan kimenetel, ami kulcsfontosságú a sportszolgáltatás eladása szempontjából – ugyanis ha előre ismert lenne a verseny kimenetele, akkor a fogyasztók egy része számára érdektelenné válna az. A látványsportban a csere tárgya a sportrendezvény, mint vizuális és emocionális élmény. A két piaci forma különbségeit foglalja össze az 1. táblázat.

A sport különböző szegmensei által teremtett értékeket – profi vagy hivatásos sport, elitsport, utánpótlás vagy iskolai sport, lakossági és szabadidősport felosztásban – Gyömörei (2012) foglalta össze munkájában.

1. Táblázat: A szabadidősport- és a látványsport-piac különbségei

Piaci specialitások	
Szabadidősport-piac	Látványsport-piac
Szabadidős tevékenység a sportoló számára	Munkavégzés a sportoló számára
A fogyasztó fizikai erő kifejtését végezi	A fogyasztó nem feltétlenül végezi fizikai erő kifejtését
Nem szükséges eleme a verseny, de nincsen kizárva	Elengedhetetlen eleme a verseny
A sportoló célja: szabadidő-eltöltés, egészségmegőrzés	A sportoló célja: élvezeti érték nyújtása, jövedelemszerzés, karrier
A sportoló közgazdasági szempontból fogyasztónak minősül	A sportoló közgazdasági szempontból munkavállalónak minősül
A csere tárgya a sportolási lehetőség, sporteszközök biztosítása	A csere tárgya a sportrendezvény, mint látványosság
A fogyasztó a sportoló maga (aktív)	A fogyasztó a néző, szurkoló (passzív)

Forrás: Nagy (1997) és András (2003) alapján

2.1.2. Sport előállításának egyesületi és üzleti alapon, a sport finanszírozása

A sportpiacok másik specifikus felosztási módja az előállítás módja szerinti felosztás (Dénes, 2009), ami magában foglalja, hogy kinek a haszonmaximalizálása a sportszervezet feladata. Amikor a sporttevékenység egyesületi kereteken belül történik, egyesületi sportpiacról² beszélünk és a cél a sportolók hasznának maximalizálása. Ha a sporttevékenység üzleti alapon szerveződik társaságban zajlik, akkor üzleti alapú sportpiacról beszélünk, amelyben a cél a sportszervezet tulajdonosi hasznának maximalizálása, ilyen esetben a sportvállalkozások³ versenyeznek egymással.

Az egyesületi sportban a tagok rendszerint alulról induló szerveződéséből az egyesület annak érdekében jön létre, hogy a sportolás tranzakciós költségeit minimalizálják ahhoz képest, mintha ugyanezt a tevékenységet az egyének nem szervezett keretek között üznék. (Dénes, 2009) Az üzleti alapú sportpiacon szereplő szervezetek, vállalkozások a tulajdonosok haszonmaximalizálása céljából jönnek létre, a szervezet tagjai ennek érdekében tevékenykednek. Az ilyen vállalkozások a sport-szórakoztatóiparban tevékenykednek.

² „Sportegyesület - az e törvényben megállapított eltérésekkel - az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról szóló törvény (a továbbiakban: Civil tv.) és a Polgári Törvénykönyv szabályai szerint működő olyan egyesület, amelynek alaptevékenysége a sporttevékenység szervezése, valamint a sporttevékenység feltételeinek megteremtése” (2004. évi törvény a sportról, 16.§/1. bekezdés)

³ „Sportvállalkozásnak minősül az a gazdasági társaság, amelynek a cégnyilvántartásról, a cégnyilvánosságról és a bírósági cégeljárásról szóló törvény alapján a cégjegyzékbe bejegyzett főtevékenysége sporttevékenység, továbbá a gazdasági társaság célja sporttevékenység szervezése, valamint a sporttevékenység feltételeinek megteremtése egy vagy több sportágban..” (2004. évi törvény a sportról, 17. §/1. bekezdés)

A két sportspecifikus piactípuszálási szempontot összevonva egy mátrixba átfogó képet kaphatunk a sportszektort azon részéről, amely sportesemények és ehhez kapcsolódó kiegészítő szolgáltatások előállításával foglalkozik. Ezt mutatja be a 2. táblázat.

2. Táblázat: A sportpiacok a csere tárgya és az előállítás módja szerint

		Előállítás módja	
		Egyesületi	Üzleti
Csere tárgya	Szabadidősport	utánpótlás-nevelő klubok, futóklubok	fitnesztermek, bowling pályák
	Látványsport	alacsonyabb osztályú magyar labdarúgó-egyesületek, magyar asztalitenisz élcapatok	NBA, NFL, NHL, Bajnokok Ligája

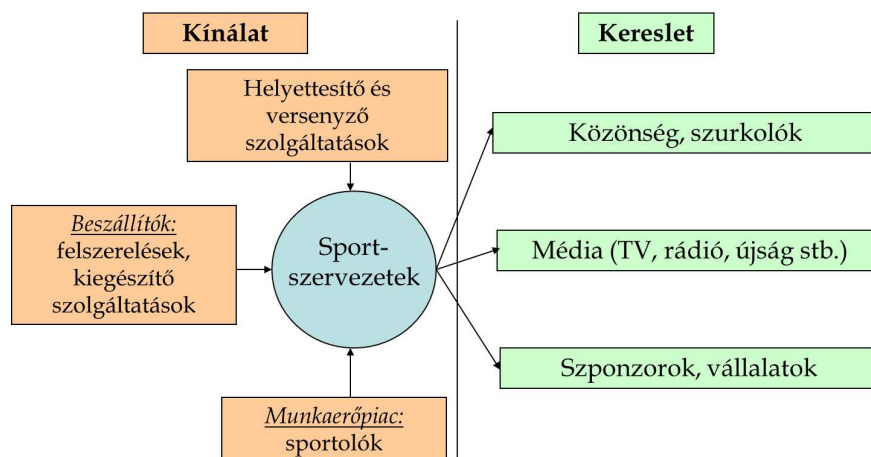
Forrás: Dénes (2009)

A szabadidősportban tevékenykedő egyesületek célja alapvetően kétféle. Egyrészt feladatukként jelölik meg lehetőleg széleskörű utánpótlásbázis kiépítését, gyerekek sportági képzését, a később élsportolókká váló gyermekek készségeinek fejlesztését. Rendszerint a képzés költségeit maguk az igénybevevő gyermekek szülei keresztül csak részben finanszírozzák, a felmerülő költségek további részét az egyesület saját bevételeiből és költségvetési támogatásokból fedezi. Ugyanakkor egyre elterjedtebb néhány sportágban, hogy a képzés és versenyeztetés minden költségét a szülők állják, ilyenkor azonban már inkább üzleti alapú tevékenységről beszélünk. Nem ritka ezekben az esetekben, hogy a gyermekkel külön személyi edző foglalkozik. Az egyesületek másik célkitűzése a felnőtt szabadidős sportolóknak mozgási lehetőség biztosítása egészségük megőrzése céljából. Az egyesület működésének finanszírozása kisebb mértékben tagdíjakból, nagyobb részt külső forrásokból történik.

A szabadidősportban üzleti céllal fellépő vállalkozások elsősorban a sport szórakoztató jellegét ragadják meg, illetve manapság divatos sportolási formákat nyújtanak. Alapvetően a tehetősebb középosztálybeli rétegeket célozzák meg, akik szabadidejüket sportolással kívánják eltölteni és ezért komolyabb ráfordításokat is képesek eszközölni.

A látványsportbeli egyesületek rendszerint olyan sportágakban tevékenykednek, amelyek kevésbé piacképesek, vagy ha piacképesek is, akkor ezek az egyesületek egy adott ország alacsonyabb osztályú bajnokságaiban szerepelnek. Céljuk nem a profitszerzés, hanem a sportbeli eredmények maximalizálása, saját sportolóik számára a versenysporthoz szükséges feltételek megteremtése. Rendszerint szponzorációból, mecenatúrából, pályázati és költségvetési pénzekből tartják fenn magukat.

A látványsportban működő üzleti vállalkozások azok, amelyek az igazi professzionális sportot képviselik. Mivel a négy szektor közül ez az, amely a laikusnak a leghamarabb eszébe jut a sport szóról, és ez az, amelyik a legjelentősebb pénztömeget is megmozgatja, ezért érdemes foglalkozni részletesebben is struktúrájával.



1. ábra: A professzionális sportpiac modellje

Forrás: Dénes (2009)

A professzionális sportpiac kínálati oldalának központjában a sportvállalkozás, sportszervezet áll (1. ábra), amely előállítja magát a sportszolgáltatást, sportterméket és aztán értékesíti azt a keresleti oldal szereplőinek. A sportvállalkozások alapvetően különböznek egymástól abban, hogy egyéni- vagy csapatsportágban tevékenykednek, eltéréseiket András (2003) alapján csoportosíthatjuk. (3. táblázat) Az egyéni sportokban rendszerint egyedi rendezvényeken jön létre a sportteljesítmény (pl. profi bokszmérkőzés), amelyért a néző fizet, míg a csapatsportok esetén sorozatredezvények, bajnokságok (pl. Nemzeti Bajnokság) keretében nyújtanak sportszolgáltatásokat. Jellemző az egyéni sportágakban is, hogy az egyedi sportrendezvényeket igyekeznek sorozattá szervezni (pl. asztalitenisz World Tour versenyek) és az összesített rangsor alapján is díjazni. Az egyéni sportágak esetében az egyedi rendezvény létrehozója és központi szervezője többségében rendezvényszervező cég sport profillal vagy sportszövetség, míg a csapatsportok esetében rendszerint egy sportklub. Mivel professzionális sportról beszélünk, ezért a sportolók minden esetben munkaerőként jelennek meg, az egyéni sportok esetében többnyire egyéni vállalkozóként, utóbbi esetben pedig a sportvállalkozás alkalmazottaként vagy egyéni vállalkozóként. A szövetségek és ligák szerepe az egyéni sportok esetében csak közvetett (pl. sportági szabályalkotó), a csapatsportoknál azonban többnyire igen jelentős befolyással

bírnak a csapatok és az azokat működtető vállalkozások felett. Rendszerint szigorú megfelelési követelményeket támasztanak a bajnokságokban résztvevők számára (többek között pénzügyi, létesítményi, szervezeti előírásokat), amelyeket rendszeresen ellenőriznek is, és amennyiben hiányosságokat találnak, akkor akár a versenysorozatból való kizárással is szankcionálhatnak.

3. Táblázat: Az egyéni és csapat sportok kínálatának jellemzői

	Egyéni sportok	Csapat sportok
Rendezvény jellemző típusa	Egyedi rendezvények	Sorozat-rendezvények
Rendezvény előállításának központi szereplője	Rendezvényszervező vállalkozás	Klub
Sportoló közgazdasági státusza	Egyéni vállalkozó	Alkalmazott munkaerő
Szövetség (liga) szerepe	Kisebbségi mértékű, közvetett	Közvetlen befolyás

Forrás: Nagy (1996) (idézi András, 2003)

A sportvállalkozások kínálatát alapvetően befolyásolja a szűkebb és tágabb értelemben vett versenytársak kínálata, a helyettesítő és versenyző szolgáltatások. Tágabb értelemben tekintve – mivel a sportipar a szolgáltatóipar része – ezért konkurenciájához tartoznak mindazon iparágak, amelyek a fogyasztók szabadidejéért versenyeznek (pl. mozik, színházak). Szűkebb értelemben a versenytársak közé az adott földrajzi területen vagy sportágban tevékenykedő sportvállalkozások tartoznak, akik hasonló jellegű tevékenységet nyújtanak. Mint a gazdasági élet különböző területein, úgy itt is kulcsfontosságú a verseny, azonban egy kicsit más megvilágításban. Ugyanis minél nagyobb a verseny például két futbalcsapat között a bajnoki címért, annál élvezetesebbé válik az a mérkőzés, amelyen szerepelnek. Ha nagyjából két azonos tudású csapat játszik egymással, akkor a mérkőzés végkimenetele megjósolhatatlan, a teljes időtartam alatt izgalmat nyújt a nézőnek. Éppen a hasonló játékerőjű csapatok kialakítását célozza az észak-amerikai profi ligákban alkalmazott draft rendszer, amely során az előző bajnokságban gyengébben szerepelt együttesek a szezont megelőző játékosbörzén elsőként választhatnak a játékosok közül, így próbálva kiegyenlíteni az erőviszonyokat. (Gladden – Sutton, 2011)

A kínálati oldal fontos szereplői a sportvállalkozásokkal együttműködő beszállítók, akik sokszor kiegészítő szolgáltatásokat is nyújtanak a magtevékenység mellé. Sokszor ezek biztosítják az infrastrukturális feltételeket, büfét, biztonsági szolgálatot, csecsebecsét vagy éppen a mérkőzésszünetekben a showt.

A kínálati oldal kulcsfontosságú szereplői maguk a sportolók, akik munkaerőként⁴ játékjogukat a sportvállalkozások részére felkínálják és értékesítik. Ők azok, akik a sportlátványosságot létrehozzák. Érdekeiket gyakran játékos-ügynökök képviselik a sportvállalkozásokkal szemben. Ahhoz, hogy a sportvállalkozás igazán eredményes legyen érdemes az emberi erőforrásaival, így a játékosaival kiemelten ésszerűen gazdálkodnia, képeznie őket, azaz az emberierőforrás-menedzsmentnek kiemelt szerepe van a sportszervezet életében (András, 2003). A személyi feltételek megfelelő szintje nélkül a magas szintű tárgyi feltételek nem elegendőek a fogyasztók igényeinek kielégítésére. A játékosok közül kiemelkedő szerep jut a sztároknak.⁵

A sport finanszírozásának vizsgálatakor egyrészt át kell tekinteni a klasszikus piaci működési megközelítésből adódó azon szereplőket, elemeket, amelyek keresletet támasztanak a sportszektor kínálata iránt – professzionális sportpiaci működés –, másrészt szükséges kibővíteni ezek körét azon finanszírozási formákkal, amelyek adott esetben nem piaci vagy csak részben piaci mechanizmusok révén kerülnek kapcsolatba és áramoltatnak forrás a sportpiacra. Ilyenek elsősorban az állami, önkormányzati szereplők, szervezetek, amelyek a sportszolgáltatások igénybevételét és finanszírozását egyfajta közösségi jószágként biztosítják a lakosság különböző csoportjai számára (pl. diákok, idős korúak, hátrányos helyzetűek, élsportolók stb.)

A professzionális sportpiac keresleti oldalát három fő csoport alkotja, melyek mindegyike alapvetően a sportszervezetekkel kerül közvetlenül kapcsolatba, bár nem zárható ki, hogy a kínálati oldal más szereplőivel is közvetlenül érintkezzenek. A keresleti oldalon elkülöníthetjük a közönséget és a szurkolókat, a médiát valamint a szponzorokat, amelyek mindegyike esetében a sportvállalkozásnak külön-külön marketingstratégiával kell rendelkeznie.

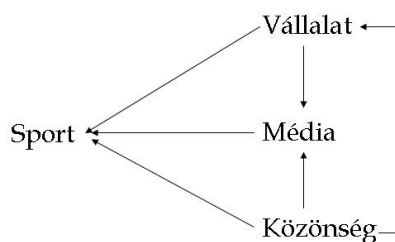
A keresleti oldal kulcsszereplője a szurkoló, mivel ő az, aki a sportfogyasztás révén élményhez és hasznossághoz jut. Ezen oldal másik két szereplőjének kereslete alapvetően a szurkolók keresletéből származtatható. Amennyiben a szurkolók kereslete jelentős, akkor

⁴ „A hivatásos sportoló - amennyiben törvény kivételt nem tesz - a sportvállalkozással kötött munkaszerződés vagy megbízási szerződés alapján fejt ki sporttevékenységét, feltéve, hogy a megbízási díj a számvitelről szóló törvény alapján bérköltségként kerül kifizetésre. Hivatásos sportoló sportegyesületben csak akkor végezhet sporttevékenységet, ha ezt a sportszövetség szabályzata lehetővé teszi.” (2004. évi törvény a sportról, 8.§/1. bekezdés)

⁵ „A sztár olyan sportoló, akit a sportbeli eredményessége, valamint sajátos egyénisége kiemeli a sportolók sokaságából, és ezeket a média kommunikálja a fogyasztók felé.” (András, 2003) Emellett ezek a sportolók egyben komoly véleményformáló szereppel is bírnak (opinion leader) az őket a modern kommunikációs eszközökön keresztül követő széles fogyasztói rétegek számára, befolyásolva azok attitűdjeit, viselkedését, szokásait.

nemcsak a vállalatok válnak érdekeltté a sportszervezet szponzorálásában, hanem a média is a sportesemények közvetítésében. Ha azonban hiányzik a megfelelő kereslet a szurkolók részéről, akkor ez maga után vonja a másik két típusú kereslet elmaradását is. A közönség keresletét döntően befolyásolják olyan sportspecifikus tényezők, mint a szurkolói hűség egy adott csapathoz vagy sportolóhoz, a mérkőzések tétje, a kimenet bizonytalansága, az adott sportág presztízse. Természetesen szerepet kapnak a klasszikus keresletet meghatározó tényezők is, többek között a jövedelem és az árak. A későbbiekben erről részletesebben lesz szó.

A média, mint keresletet generáló szektor alapvetően arra alapoz, hogy a közvetített sportesemények révén – amelyek közvetítési jogát megvásárolja, ez az input – milyen bevételekre tud szert tenni előfizetési díjakból – például egy kereskedelmi sportcsatorna – és hirdetési díjakból az előállított sportműsor vagy sporttermék révén – ez az output. A médiák olyan sporteseményről közvetítenek, amelyek célközönsége egybeesik azzal a célközönsséggel, ami egyben a hirdetőik célközönsége is. Éppen ezért fontos a közvetített sportesemény nézői összetételének elemzése. A média keresletét meghatározza továbbá az adott sportág presztízse, közvetíthetősége – amelynek érdekében a sportágak gyakran tradicionális szabályaikon is hajlandók változtatni (pl. öttusa) – és a közvetítési jogok megszerzésének ára. A média napjaink sportjában betöltött központi szerepét szemlélteti a 2. ábra.



2. ábra: A sportmédia iparági modellje

Forrás: Urbán (1998)

A szponzorok⁶ a keresleti oldal szereplőiként abban érdekeltek, hogy magtevékenységükhöz tartozó termékeik és szolgáltatásaik reklámhatékonyaságát, a célközönségek felé közvetítendő üzeneteket a lehető leghatékonyabban a szponzorált sporteseményen, sportolón vagy sportszervezeten keresztül eljuttassák a fogyasztókhöz – ami feltételezi a célcsoportok azonosságát – továbbá hogy magukról a sportszponzoráción

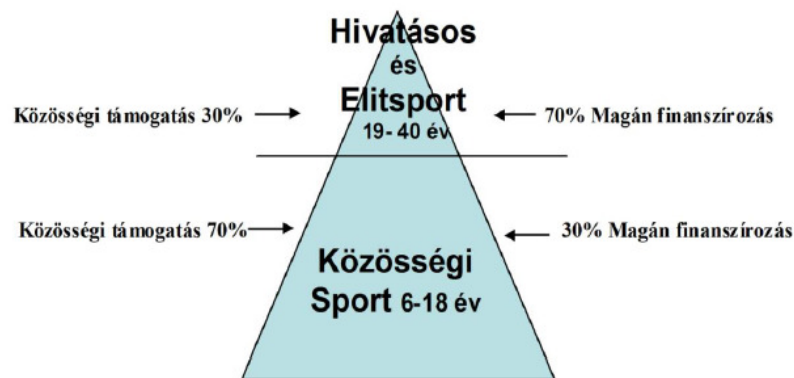
⁶ A szponzorációról részletesen lásd Fazekas – Nagy (1994).

keresztül kedvező imázst alakítsanak ki a fogyasztókban és partnereikben.⁷ A szponzorok keresletét meghatározza továbbá a sportág presztízse, a média általi közvetítettség is.

A klasszikus professzionális sportpiac keresleti oldaláról a sportszektorba áramló források mellett feltétlenül szükséges említést tenni a közösségi finanszírozásról is. Hazánkban ennek különös hagyománya van, hisz a sportszektor évtizedeken keresztül legnagyobb „megrendelője” az állam volt – hasonlóan más szocialista berendezkedéssel bíró országokhoz. Ebből a múltból fakad, hogy az ilyen jellegű forrásokra még napjainkban is fokozottan számít illetve támaszkodik hazánk sportszektora – ami ugyanakkor gátolja a piaci gazdálkodás eredményesebb térnyerését. A sport közösségi finanszírozása a fejlett kapitalista országokban is jelen van, kiiktatni semmiképp nem lehet, hiszen a sport különböző funkcióiból adódóan az államnak, önkormányzatoknak valóban szerepet kell vállalniuk abban. Így például számos olyan funkciója van a sportnak, amelyek érvényesülése kívánatos ugyan, de piaci alapokon nem vagy csak korlátozottan történhet meg. Ilyenek többek között a politikai reprezentációs funkció, az egészségmegőrző funkció, a közösségfejlesztési és szociális kohéziós funkció vagy éppen a nevelési funkció (Gyömörei, 2012)

A Gyömörei (2012) által szükségesnek tartott közösségi finanszírozás mértéke a versenysportban a sportpiramis két szintjétől függően ellentétesen alakul. (3. ábra) Míg a közösségi sportban – elsősorban a fiatalokra gondolva, hiszen a felnőttek közösségi sportja már nem feltétlenül a versenyre épít – 70%-os részaránnyal kéne rendelkeznie a közösségi támogatásnak, addig ugyanez a hivatásos sport területén már csak 30%.

⁷ „Szponzorálási szerződésben a szponzor természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet arra vállal kötelezettséget, hogy pénz- vagy természetbeni szolgáltatás útján támogatja a szponzorált sportoló, sportszervezet, sportszövetség vagy sportköztestület sporttevékenységét, a szponzorált pedig lehetővé teszi, hogy sporttevékenységét a szponzor marketingtevékenysége során felhasználja.” (2004. évi törvény a sportról, 35.§/1. bekezdés)



3. ábra A versenysport ideális és képzési és finanszírozási modellje

Forrás: Gyömörei (2012)

A közpénzek számos csatornán juthatnak el a sportszektorhoz, részben attól is függően, hogy a sport mely területére irányulnak. Így érdemes külön kezelni a szabadidős sport, a hivatásos sport, az elit sport illetve az utánpótlás és iskolai sport területét. (Keserü-Dénes, 2007; Gulyás, 2013)

A szabadidősport költségvetési pénzekből való támogatása ugyanúgy megvalósulhat pályázatok útján, mint ahogy közbeiktatott szabadidős újraelosztó szervezetek révén. (Jelenleg hazánkban a MOB-on, mint ernyőszervezeten keresztül a szervezeti finanszírozás egycsatornás.)

A hivatásos sport – elsősorban a piaci alapon működő hivatásos sportvállalkozások értendők ez alatt (pl. labdarúgás) – támogatására az európai uniós irányelvek alapján közvetlen lehetősége nincsen az államnak. Így ezek elsősorban az események költségvetési szponzorálásán keresztül juthatnak alapvetően pénzhez.

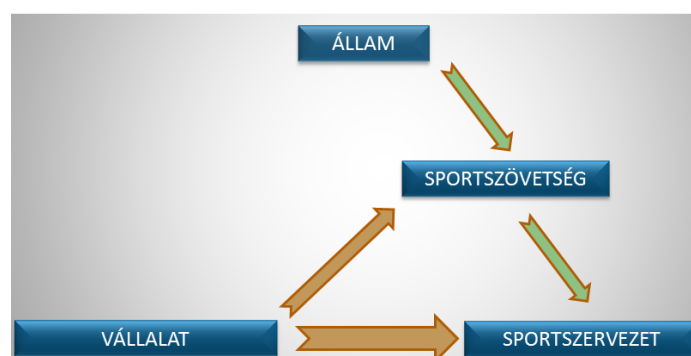
Az elitsport alapvetően azon éltsport-tevékenységeket foglalja magába, amelyek döntően állami és önkormányzati forrásból tartják fenn magukat és nem piaci körülmények között működnek (ilyen pl. a kajak-kenu). Ezek központi költségvetési forrásból történő részesedése történhet közalapítványokon – egyéni versenyzők és edzők számára ösztöndíjak, járadékok (pl. Magyarországon a Gerevich-ösztöndíj) –, újraelosztó szervezeteken (pl. sportszövetségi szakmai programok, hazánkban jelenleg szintén a már említett egycsatornás rendszeren keresztül) és központilag finanszírozott sportprogramokon keresztül egyaránt (pl. Magyarországon a Heraklész Program vagy különböző céltámogatások).

A diáksport és iskolai sport területén – amely egyszerre szolgálja ki a versenysportot és képezi alapját a szabadidősportnak is – egyfelől számos programon

keresztül áramolhat központi forrás a rendszerbe (pl. Diákolimpiai versenysorozatok, Sport XXI. Program). Másfelől az oktatási ügyekben és sport ügyekben illetékes minisztériumok forrásaiból a köz- és felsőoktatási intézményeken illetve ezek diáksportban tevékenykedő sportszervezetein át folyhat be központi forrás a sportszektorba.

Az egyes területeken érvényesülő különbségeken felül van egy finanszírozási forma, amely révén mindegyik említett terület részesülhet a központi források jótékony hatásából: ez a sportlétesítmények állami, de jellemzően ma már inkább önkormányzati fenntartása. Ez ugyanúgy magában foglalja az olimpiai felkészítést szolgáló centrumokat, ahogy az iskolai sportsarnokokat, tornatermeket vagy éppen a településeken lévő közösségi sporttereket, stadionokat.

Tipikusan sajátos magyar finanszírozási forma – bár európai gyakorlatban nem teljesen előzmény nélküli, de megvalósításában mindenképpen egyedi – a 2011-től érvénybe lépett társasági adókedvezményből történő sportfinanszírozás (2011. évi LXXXII. törvény a sport támogatásával összefüggő egyes törvények módosításáról). Bár a finanszírozási forma csak öt ún. látványsportra alkalmazott, ettől függetlenül talán a legjelentősebb reform a rendszerváltás óta a magyar sportfinanszírozás területén és hatásai bőven túlmutatnak az öt kiemelt sportágon. Valójában nem közvetlen állami forrást jelent, hanem a vállalkozások társasági adójuk 70%-át ajánlhatják fel sportszervezetek számára, amely tétel egyúttal csökkenti az adóalapját is. Emellett a vállalkozások további, a támogatással azonos mértékű adókedvezményt is igénybe vehetnek kiszámított adójukból. Azaz tulajdonképpen dupla kedvezményre jogosultak. A vállalatok számára nyújtott gazdasági előnyöket Vörös (2012) elemezte. Ugyanakkor az ilyen jellegű sporttámogatás mégis azért tekinthető közvetett módon állami támogatásnak, mivel kiesést okoz a központi költségvetés adóbevételeiben. (4. ábra)



4. ábra A TAO-finanszírozási modellje

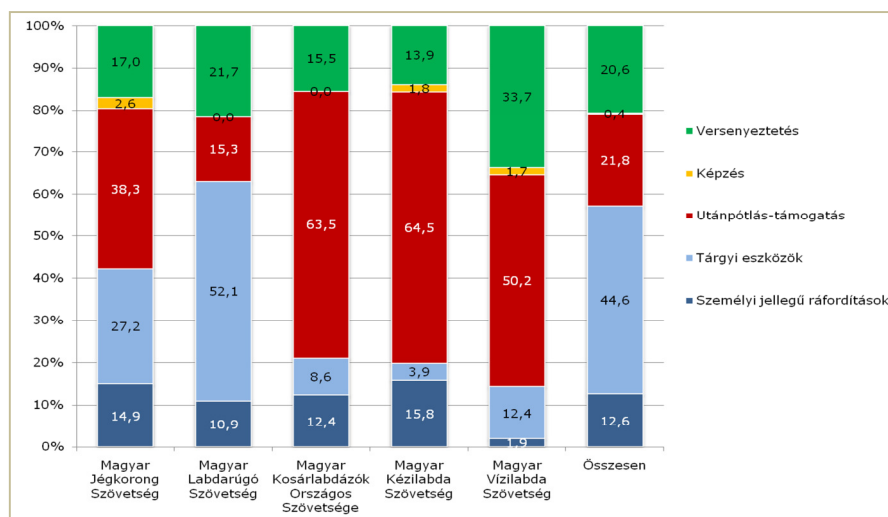
Forrás: Sterbenz-Gulyás (2013)

Jelenleg a rövid időtáv miatt a tényleges hosszú távú sportbeli hatásai még csak nehezen számszerűsíthetők, bár elsősorban infrastrukturális hatásai már most is érzékelhetők.

A dolgozat szempontjából kiemelten fontos finanszírozási aspektusból⁸ érdekes lehet, hogy az így sportba áramló pénzek milyen kiszorítási hatással fognak járni a vállalati szektorból érkező, szerencsés esetben piaci alapokon nyújtott szponzorációs támogatásokra nézve, továbbá a háztartási szektor sportfogyasztását csökkenteni, avagy éppen növelni fogják-e.

Feltehetően a vállalatok szponzorációs hajlandóságára aligha lesz pozitív hatással a TAO-kedvezmény. Ugyanakkor a kvázi decentralizált állami elosztás során a piaci alapú szponzorációs motivációkat még a jelenleginél is jobban felülírhatják a személyes kapcsolatok. (Berkes, 2013)

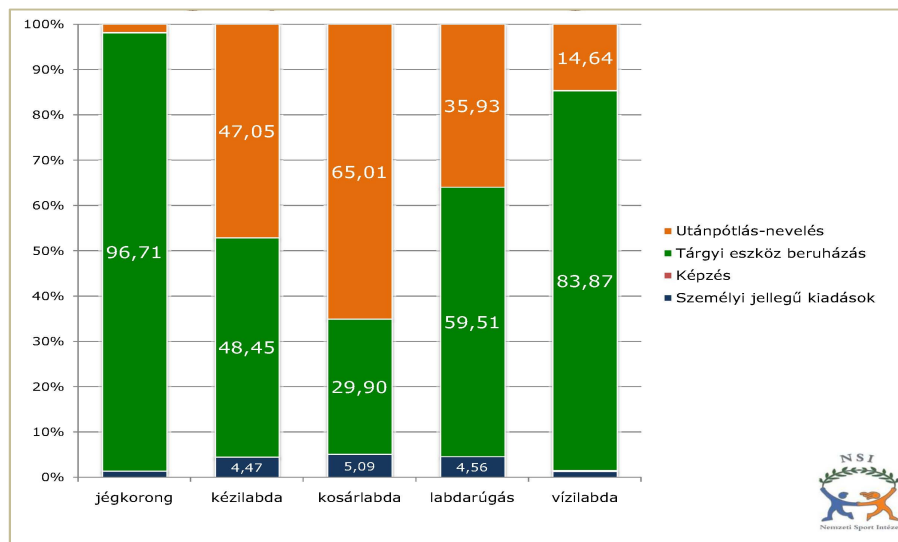
Kérdéses a háztartások sportfogyasztására gyakorolt hatás is, melynek mérése szintén csak hosszabb időhorizonton lesz lehetséges. Érdekes ezt a kérdést a TAO-források azon felhasználási területei szerinti bontásban megvizsgálni, melyek érinthetik a háztartások fogyasztási kiadásait, akár negatív akár pozitív irányban. Ilyen jellegű kiadások az utánpótlás-nevelési költségek illetve a tárgyi eszköz beruházások (utóbbiba beleértve az ingatlanfejlesztést is). A 2011/2012-es támogatási időszakban beérkezett igénylési adatok (5. ábra, 6. ábra) alátámasztják, hogy a felhasználási területek közül épp ez a kettő, amely kiemelkedő mértékben van jelen az igények között. (Bardóczy, 2012)



5. ábra Szövetségek által benyújtott igények %-os megoszlása jogcímenként

Forrás: Bardóczy (2012)

⁸ A TAO-politika lehetséges hatásait, veszélyeit Vörös (2012) és Sterbenz-Gulyás (2013) elemezték.



6. ábra Egyesületek által benyújtott igények %-os megoszlása jogcímenként

Forrás: Bardóczy (2012)

A két kiemelt területen az alábbi lehetséges hatások érvényesülhetnek a háztartások sportfogyasztását illetően:

– **Utánpótlás-nevelés és támogatás:**

A kiadási tételhez kapcsolódó hatások kettős irányúak lehetnek.

Amennyiben a plusz TAO-források révén a sportszervezetek képesek az utánpótlás-nevelési tevékenységet magasabb színvonalra emelni és a korábban sok esetben szülők által a gyermekeik számára finanszírozott költségeket átvállalni, akkor ezzel megtakarítás jelentkezhet a háztartásoknál. Kérdés, hogy ezekkel a megtakarításokkal mi fog történni? A szülők inkább visszaforgatják gyermekeik sportolásába ezeket a pénzeket, esetleg a háztartás más tagjainak sportolását finanszírozzák belőle vagy inkább teljesen más területen költik el, esetleg el sem költik.

Amennyiben sikeresen megvalósulnak a TAO-forrásokból fejlesztett utánpótlás-nevelési programok, akkor azok maguk után kell, hogy vonják a sportoló gyermekek számának jelentős növelését. Ezzel párhuzamosan a nagyobb sportolói létszám nagyobb járulékos sportkiadásokat is eredményezhet a háztartások részéről.

– **Tárgyi eszköz beruházás:**

A TAO-források igen jelentős mértékű infrastrukturális beruházásai következtében a magyar sportszektor infrastrukturális ellátottsága és állományának színvonala komoly javulást fog mutatni. Tekintettel arra, hogy az ilyen jellegű beruházások

rendszerint nem csupán egyetlen sportág számára hasznosítható létesítményekben öltenek testet, ezért az öt kiemelt sportágon kívül más sportágak is profitálhatnak ebből. Továbbá a fejlesztést megvalósító szervezeteken kívül mások is – így pl. a szabadidős sportolók – haszonélvezői lehetnek ennek. A színvonalában megújuló létesítmények megfelelő szolgáltatások nyújtásával kiegészülve vonzóbbak lehetnek sportfogyasztási szempontból, és a megnövekedő kínálat elviekben maga után húzhatja a keresleti oldal növekedését is, azaz a háztartások sportkiadásai növekedhetnek.

2.1.3. Sporttermékek és sportszolgáltatások⁹

A sportpiacon a sportegyesületek vagy sportvállalkozások a megszoolgáltatás nyújtói, vagyis azon szolgáltatást nyújtják, amelyért a fogyasztó biztosan hajlandó fizetni. Ehhez kapcsolódnak a sporttermék olyan elemei és különféle kiegészítő szolgáltatásai (7. ábra), amelyek azonban csak a megszoolgáltatással együtt életképesek, ugyanakkor növelik annak hasznosságát a fogyasztó számára és végül így komplex egészként kerülnek értékesítésre. (Mullin et al., 2007)



7. ábra: A sporttermék struktúrája

Forrás: Hoffmann (2007)

A sporttermék¹⁰ a marketingfelfogás szerint széleskörűen terjeszthető ki, így összefoglalóan az alábbi sporttermékekről beszélhetünk: tárgyasult (pl. mez), szolgáltatás

⁹ A fejezet Hoffmann (2007) alapján készült.

(pl. aerobic óra), személy (pl. Beckham), szervezet (pl. Nemzetközi Olimpiai Bizottság), hely (pl. Allianz Arena), eszme (pl. olimpizmus).

Míg a fizikai dimenzióval rendelkező sporttermékeknek alapvetően nincsenek más fogyasztási cikkekhez képest különleges jellemzőik, addig a sportszolgáltatások a tárgyiasult sporttermékekhez viszonyítva számos sajátossággal rendelkeznek megfoghatatlanságukból fakadóan.

- Elsődleges tulajdonságuk, hogy az egyik fogyasztási alkalomtól a másikig változnak – függetlenül attól, hogy ugyanazon a helyszínen, ugyanazzal a szereplőkkel zajlik a sporttevékenység – ami magában hordozza a bizonytalan végkimenetet és ezzel együtt fenntartja a fogyasztó érdeklődését.
- További tulajdonsága, hogy a sportfogyasztás tevékenységláncba szerveződik, és a sportszolgáltatás magja egy szolgáltatáscsomag részévé válik, mivel kiegészül számos kiegészítő szolgáltatással. A sportesemény végkimenetele a szervezők által nem befolyásolható, ezért a kiterjesztett szolgáltatások azok, amelyekre összpontosítani kell. Sok esetben egy sikertelen csapat is nézőcsalogató maradhat, ha a kiterjesztett szolgáltatási csomag elég vonzerőt nyújt a szurkolók számára.
- A sportszolgáltatás irányába a fogyasztók gyakran érzelmileg elkötelezettek és „szakértőnek” tartják magukat, azonnal azonosulni tudnak a vesztes vagy a győztes helyzetével. Mindehhez az kell, hogy a sportmérkőzés szabályai könnyen érthetők és átláthatók legyenek akár a laikusok számára is.
- A sportszolgáltatás fogyasztása rendszerint közösségben történik, akár szabadidős sportolásról, akár sporteseményen történő részvételről beszélünk. Ebből adódik, hogy a fogyasztó hasznosságérzetét jelentősen befolyásolják azok, akik egy időben és azonos helyen ugyanazt a szolgáltatást igénybe veszik (élvezetesebb egy szurkolókkal teli stadionban követni egy meccset, mint kongó lelátók előtt).

¹⁰ A bemutatott piaci modellből levezethető a sporttermék definíciója, amely a következőképpen fogalmazható meg: „a sporttermék fogalma alatt minden olyan jószágot értünk, azaz terméket, szolgáltatást és ezek kombinációját, amely a sportnézők, -résztevők, a sportban szponzorként/támogatóként és közvetítőként (média) megjelenők igényeit hivatott kiszolgálni” (Hoffmann, 2007, 134.o).

2.2. A szabadidősport életminőségi és versenyképességi vonatkozásai

A szabadidősport esetében a korábban felvázolt sporttermék-struktúra esetében absztrakt terméként az egészséget kell értenünk, amely hozzájárul a sportoló egyén jó(l)létéhez, javuló életminőségéhez. Ennek megfelelően a következőkben bemutatásra kerül, hogy a sport milyen úton fejti ki kedvező hatását az egészségi állapotra, valamint milyen gazdasági vonatkozásai vannak ennek a hatásmechanizmusnak.

2.2.1. Sport és egészségi állapot kapcsolata

Az egyén munkaerő-piaci pozícióját számos tényező befolyásolja. Ezek közé tartozik az egyén egészségi állapota is. Az egészség definiálására számos kísérlet történt, természetesen megannyi nézőpontból megközelítve.

A legismertebb definíciók egyike a World Health Organization által megadott pozitív egészségdefiníció¹¹ 1946-ból, mely az egészséget a teljes testi, lelki és szociális jólét állapotának tekinti, és nem csupán a betegség vagy fogyatékosság hiányának (WHO, 1946).¹²

Az egészség fogalmát közgazdasági szemszögből is elemeznünk kell. Nagyon leegyszerűsített felfogás az, amikor az egészséget csupán áruként értelmezik a közgazdászok.

Egy egészen más megközelítés az, mely az életszakaszokon keresztül – az egészség versenyképességben játszott szerepén át – ragadja meg a fogalmat. (Dézsy, 2006) Eszerint fiatal korban olyan képességek és készségek megszerzése teszi az embert egészségessé, amelyek segítségével a későbbi életszakaszokban versenyképes lesz az egyén a társadalom többi tagjával szemben a munkaerő-piaci versenyben. Ezt követő életszakaszban – ami a leghosszabb – az tekinthető egészségeseznek, aki képes versenyképességét megtartani, illetve

¹¹ A pozitív egészségdefiníciók nem a betegségek vagy a betegségérzet oldaláról közelítenek – mint a negatív egészségdefiníciók –, hanem abból indulnak ki, hogy az emberi szervezet szervrendszerei egységes egészet alkotnak, és csak így képesek megfelelően funkcionálni.

¹² A bio-pszicho-szociális egészségfelfogás sokdimenziós, átfogó értelmezése szerint az emberi szervezet fizikailag egészséges, ha a mindennapos életvitelhez szükséges testi képességekkel rendelkezik. Mentálisan egészségeseznek nevezhetjük, ha rendelkezik az egyén megfelelő gondolkodási és döntéshozatali készségekkel. Érzelmileg egészséges az ember, ha tudatában van érzelmeinek és képes is azokat megfelelően kifejezni. Ez átvezet a szociális egészség fogalmához, azaz képes eligazodni az emberi kapcsolatok szövevényében. Lelki egészségén a morális és vallási elvek figyelembevételét és tudatos alkalmazását értjük. Végül szexuális egészségén értjük az egyén saját szexualitásának elfogadását és az annak megfelelő viselkedést.

Az egyéni homeosztatisz rendszerre gyakorol hatást a társadalom a jelen levő infrastruktúra, jövedelemelosztás, munkamegosztás, társadalmi berendezkedés révén. Végül a környezeti hatáson a fizikai környezet befolyásoló szerepét (közlekedés, ivóvíz stb.) értjük. (Naidoo – Wills, 1999)

azt helyreállítani.¹³ Végül a harmadik szakaszban már nem a versenyképesség áll előtérben, hanem az életkornak megfelelő életminőség, azaz a korábbi életszakaszok által lehetővé tett lehető legmagasabb szintű élvezete az életnek.

Az egészségre, mint a humántőke egy komponensére is tekinthetünk. Erre az a közgazdaságtani szemléletváltás adott lehetőséget, amely a munkaerőre nem mennyiségi, hanem sokkal inkább minőségi szemmel tekint. A Grossmann-modell szerint az egészség nem csupán egy fogyasztási jószág, amelynek előnyeit élvezzi az egyén, hanem termelési jószág is. Az egyén pedig ennek a termelési jószágnak egyszerre a hasznosítója és egyszerre az előállítója is. Ennek megfelelően érvényes rá az elméleti megfontolás, miszerint az egészségbe történő befektetéseknek létezik egy optimális szintje, ahol a határköltség megegyezik a határbevétellel. (Kollányi-Imecs, 2007)

Az egészséget befolyásoló tényezők közül az életmód az, amelyen keresztül az egyén akaratú úton leginkább befolyásolhatja saját egészségét. Az életmódon keresztül tudja a sport is kifejteni preventív, rekreációs szerepét.

A sportolás és a megfelelő intenzitású mozgásos tevékenység számos megbetegedésre fejt ki preventív hatást (Konczos – Szakály, 2007; Szóts et al., 2004; Martos, 1998; Colditz et al., 1995; Lee, 2003; Thune et al. 1997; Lee et al. 2001; Rockhill et al. 1999):

- Mérsékli a túlsúlyosság és kövérség kapcsán fellépő egészségkárosító tényezőket. A fizikailag aktív kövéreknél és túlsúlyosaknál alacsonyabb a morbiditás és mortalitás, mint a normál tömegű de hypoaktív egyéneknél. Ugyanúgy veszélyes a mozgásszegénység és az azzal együtt járó mérsékelt kardiorespiratorikus teljesítőképesség, mint a túlsúlyosság vagy kövérség.
- Pozitív az összefüggés az edzettség és a csontsűrűség között, így a sportolással képesek vagyunk megelőzni a csontritkulást.
- Pozitív az összefüggés a krónikus megbetegedések és a fizikai aktivitás között. Az állóképességi gyakorlatok védenek a szívkoszorúér-megbetegedés ellen, csökkentik a vérnyomást, megelőzik az idegrendszeri zavarokat.
- A mozgás preventív hatása igazolt a vastagbél, az emlő, a méhnyak, a prosztatata, a here és a tüdő daganatos megbetegedései esetén.

¹³ Ebben az értelmezésben megengedhetők bizonyos fogyatékoságok is, amelyek azonban nem meghatározók az egyén életvitele során – ebből érezhető, hogy más-más életpályák más-más egészségigényt támasztanak az egyén felé.

2.2.2. Jövedelemegyenlőtlenség, egészségi állapot és életminőség kapcsolata

Tekintettel arra, hogy az egészségi állapot az életminőség egyik legfontosabb meghatározó eleme, ezért joggal feltételezhetjük, hogy ezen keresztül a sporttevékenységek is hatást gyakorolnak az életminőségre. Ennek megértéséhez azonban feltétlenül szükséges a fogalmak tisztánlátása mellett a közvetlen kapcsolatok pontos ismerete is. Jelen fejezet ezt hivatott bemutatni.

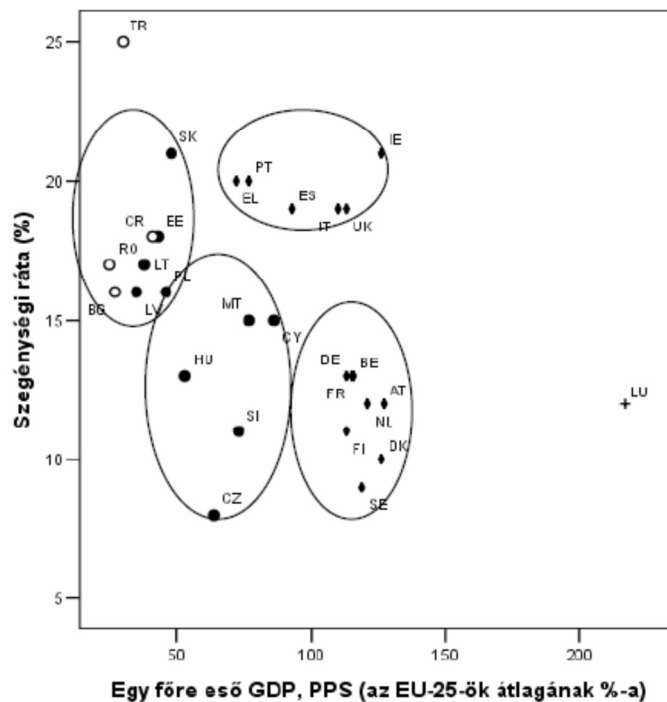
Az életminőség-kutatások több tudományterületet ölelnek fel, így kiterjedten foglalkozik vele a szociológia, a pszichológia, az egészségtudományok és a közgazdaságtan is. Tekintettel arra, hogy a dolgozatban a sport és az egészség viszonylata kiemelt szerepet kap, valamint az elemzések közgazdasági nézőpontból születtek, ezért érdemes volt mindezeket a területeket összevontan kezelni. Az életminőség értékelése történhet objektív és szubjektív mutatók¹⁴ által is, de nyilván árnyaltabb képet kapunk ezek együttes vizsgálatával. (Ács et. al., 2010)

Az életminőség az egészséggel kapcsolatban három dimenzió mentén értékelhető, ezek a fizikai, a mentális és a szociális dimenziók. (Kopp – Pikó, 2006) Gazdasági szempontból vizsgálva pedig materiális (elsősorban a pénz) és posztmateriális (pl. környezetvédelem) dimenziók azok, amelyek az értékelést lehetővé teszik. (Márfi, 2007)

A továbbiakban az életminőség gazdasági és egészségi szempontú értékelésének összekapcsolása kerül bemutatásra, majd ezek tisztázása után annak meghatározása, hogy a sport hogyan kapcsolódik be ebbe a viszonyrendszerbe.

Az életminőség és a jövedelmi viszonyok elválaszthatatlanok egymástól. Éppen ezért ha megértjük a jövedelemegyenlőtlenség és a GDP alakulásának viszonyát, akkor közelebb kerülünk azok életminőségben játszott szerepéhez. Tóth és Gábor (2006) tanulmányukban az Európai Unió országai körében a jövedelemegyenlőtlenség és szegénység kapcsolatát, valamint azok kialakulásában szerepet játszó tényezőket vizsgálták. Megállapításaik szerint a jövedelemegyenlőtlenség és az egy főre jutó GDP növekedése közötti kapcsolat ellenkező irányú, utóbbi növekedése – amelyet tekinthetünk az életszínvonal gazdasági szempontú megközelítésének – a jövedelmi különbségek csökkenéséhez vezet.

¹⁴ Előbbi inkább a skandináv, utóbbi az amerikai életminőség-kutatási modellek sajátja.



8. ábra: Az EU-tagországok csoportjai a GDP/fő és a szegénységi ráta dimenziói mentén

Forrás: Tóth – Gábos (2006)

A Gini-mutató és a szegénységi ráta országonkénti összevetésében Tóth és Gábos négy klasztert különített el (8. ábra). A skandináv országok, valamint Németország, Ausztria, Belgium, Hollandia és Franciaország magasabb egy főre jutó GDP-vel és alacsonyabb szegénységi rátával rendelkező csoportja mellett hasonló szegénységi aránnyal, de alacsonyabb egy főre jutó GDP-vel rendelkezik Magyarország, Csehország, Szlovénia, Málta és Ciprus klasztere. Ennél magasabb szegénységi rátájú és még alacsonyabb GDP/fő mutatójú a legújabban csatlakozott kelet-európai országok zöme. Negyedik klaszterként a hosszabb ideje EU-tag mediterrán dél-európai országok, az Egyesült Királyság és Írország csoportja adódott, magas szegénységi rátával és nagyjából az EU-25 átlagának megfelelő GDP/fő mutatóval.

Magyarországon az emberek átlagos életszínvonala az objektív mutatók szerint az utóbbi évtizedben javuló trendet mutatott (pl. jövedelmi helyzet, fogyasztás, születéskor várható élettartam), más kérdés, hogy az EU átlaghoz képest ezek a mutatók továbbra is elmaradnak. Így megállapítható, hogy a relatíve javuló objektív mutatók ellenére az egészségügyi mutatók nem javulnak olyan mértékben, mint azt a gazdasági mutatók javulásából gondolhatnánk. (Márfi, 2007)

Az egészségi állapot alakulására döntő befolyással vannak az életkörülmények. Többszörösen bizonyított, hogy a magasabb jövedelemmel rendelkezők egészségi kilátásai jobbak, várható élettartamuk és egészségben eltöltött éveik száma nagyobb, továbbá nagyobb egészségtudatosságot is mutatnak. (Ferge, 2005)

Smith (1999) megállapította, hogy nemcsak magasabb azon társadalmi csoportok anyagi jóléte, amelyek jobb egészségi állapottal rendelkeznek, de hosszú távon is lényegesen gyorsabb ütemben nő jólétük, mint a rosszabb egészségi állapotú csoportoknak. Mindemellett a nagyobb jóléttel rendelkező csoportok halálozási aránya is lényegesen alacsonyabb a rosszabb egészségi állapotúakénál.

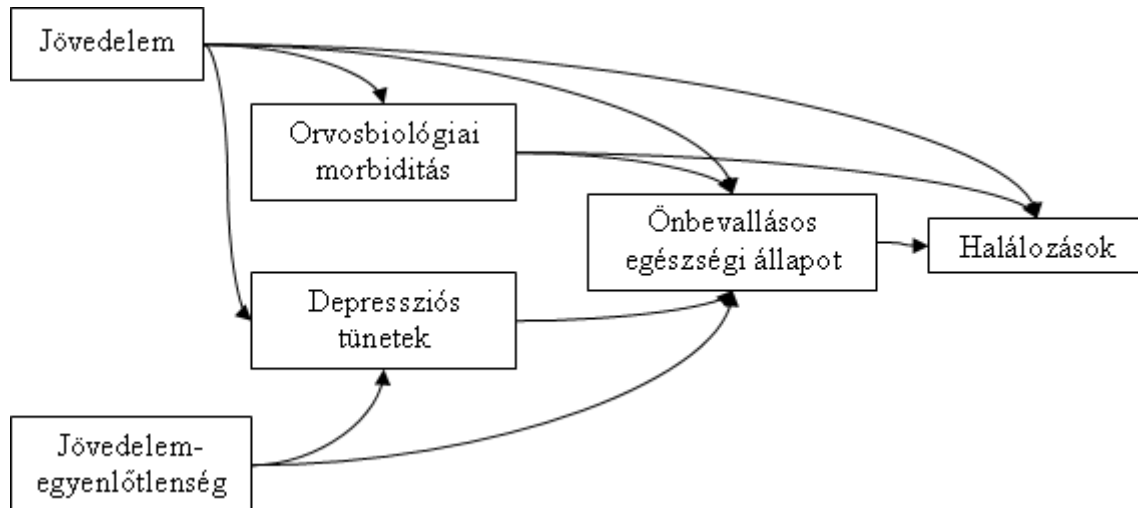
Számos nemzetközi tanulmány foglalkozott az egyének egészségi állapota és szocioökonómiai helyzete közötti összefüggésekkel, továbbá a társadalom jövedelemelosztásának, annak egészségi állapotára gyakorolt hatásával. (Wilkinson, 1996; Kennedy et al., 1996; Lynch – Kaplan, 1997) Több tanulmány is megállapította, hogy a nemzeti szinten mért magas jövedelemegyenlőtlenség a népesség alacsony egészségi szintjével jár együtt. (Kennedy et al., 1996; Kaplan et al., 1996; Shi et al., 1999; Russ, 2004; Ohio – Kobayashi, 2008) Ugyanakkor ennek ellenpéldájaként olyan kutatások is napvilágot láttak, amelyek nem tudtak kimutatni a két tényező között kapcsolatot (Daly et al., 1998; Fiscella – Franks, 1997; Mellor – Milyo, 2002).

Shi et al. (1999) a jövedelemegyenlőtlenségi indexek (Gini és Robin-Hood indexek) és az egészségi állapot mutatóinak vizsgálatakor megállapították, hogy a jövedelemegyenlőtlenség közvetlenül és fordítottn, szignifikáns kapcsolatban van a várható élettartammal, valamint közvetlen és azonos irányú, szignifikáns kapcsolatot mutat a mortalitás különböző mutatóival (pl. teljes mortalitás, csecsemőhalandóság, stroke halálozások stb.).

A jövedelemegyenlőtlenség és az egészségi állapot között három mechanizmus működhet (Kawachi – Kennedy, 1999):

- A jövedelemegyenlőtlenség növekedése a humán tőkébe való befektetések csökkenését eredményezi, kvázi egészségromláshoz vezet.
- A jövedelemegyenlőtlenség a társadalmi tőke eróziójához vezet. Putnam (1993) vizsgálatai során rámutatott, hogy a jövedelemegyenlőtlenség a szociális kohézió keresztül fejt ki hatását a társadalom egészségi állapotára. Minél nagyobb egy országban a jövedelemegyenlőtlenség, annál alacsonyabb a szociális kohézió és a bizalom mértéke, amely pedig az egészségi állapot romlásában is jelentkezik az egyének szintjén.

- A jövedelemegyenlőtlenség közvetlenül okoz egészségromlást az egyén önmagának a referenciacsoporthoz való stresszel teli összehasonlítása során. Ezt támasztja alá Fiscella és Franks (2000) megállapítása, mely szerint a jövedelemegyenlőtlenség szignifikáns kapcsolatot mutat a depressziós tünetek és a szubjektív önbevallásos egészségi állapot szintjével. Ugyanakkor az orvosbiológiai egészségi állapottal kapcsolatban ugyanez már nem mondható el. Másrészt a jövedelem szintje mindezekkel igen erős közvetlen kapcsolatban áll. A jövedelmek és a jövedelemegyenlőtlenség szintjének hatásmechanizmusait a 9. ábrán láthatók szerint állapították meg. Ez egybevág Wilkinson (1997) azon feltételezésével, hogy a depressziós tünetek megjelenése a relatív depriváltság percepciójának eredménye, azaz az egyén egészségi állapotára pszichésen negatívan hat a felismerés, hogy referenciacsoportjához képest alacsonyabb jövedelmi szinttel rendelkezik. Éppen ezért nincsen közvetlen kapcsolat a jövedelemegyenlőtlenség és a halálozások között, mivel utóbbira valójában az orvosbiológiai morbiditás gyakorol hatást, amelynek következményét az önértékelésen keresztül erősítik fel a stresszből származó negatív befolyások.



9. ábra: A jövedelmi szint és a jövedelemegyenlőtlenség hatása az egészségre

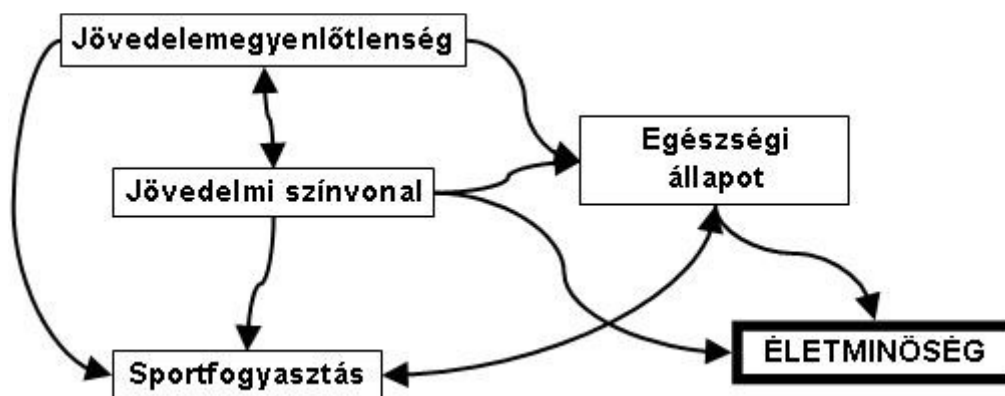
Forrás: Fiscella – Franks (2000)

Az eltérő szocioökonómiai, különösen pedig jövedelmi helyzet nemcsak az egészségi állapotban eredményez különbségeket, hanem az ezzel szorosan összefüggésben levő életminőségben is, tekintettel arra, hogy többszörösen megállapítást nyert már, hogy

az alacsonyabb szocioökonómiai státuszú egyének egészségi életminősége szignifikánsan alatta marad a magasabb státuszúakénak. (Kopp, 2001; Kopp et al., 1999; 2000)

Tekintettel arra, hogy a szocioökonómiai státusz nagyban befolyásolja az egyének sportolási hajlandóságát, megállapítható, hogy az nemcsak közvetlen módon, de közvetetten a sporton keresztül is képes hatást gyakorolni az egyén életminőségére. Gémes (2006) tanulmánya csakúgy, mint sok más külföldi és hazai tanulmány (Jones, 1989; Taks et al., 1995; 1999; Weber et al., 1995; Thrane, 2001; Lera-López – Rapún-Gárate, 2005; 2007; Földesiné et al., 2008) is arra a megállapításra jutott, hogy a jövedelmi helyzet és a társadalmi státusz komoly befolyásoló szereppel bír a sporttevékenységek végzésére. Ezek részletes elemzésére a későbbiek során kerül sor.

Az eddigiek alapján elkészíthető a jövedelmi viszonyokat, az egészségi állapotot, a sportolást és az életminőséget magában foglaló viszonyrendszer, melyet a 10. ábra mutat be.



10. ábra: Az életminőség kapcsolata a sportfogyasztással, egészségi állapottal és jövedelmi tényezőkkel

Forrás: saját szerkesztés

2.2.3. A szabadidős sporttevékenység pozitív gazdasági externáliái

Bár a korábbiakban már tulajdonképpen bemutatásra kerültek a szabadidősport alapvető gazdaságtani jellemzői, de mindenképpen érdemes megjegyezni, hogy a szabadidősport területén annak sokszínűségét jól reprezentálóan számos fogalmi meghatározással találkozunk. Az amatőr sport, a tömegsport, a rekreációs sport, a szabadidősport vagy a sport for all fogalmak központi eleme alapvetően a szabadidőben végzett önkéntes sporttevékenység (Szabó, 2009), így a továbbiakban ezek nem is kerülnek

elkülönítésre egymástól¹⁵, mivel bár kis jellegű eltérések találhatók, de jelen dolgozat témájával kapcsolatban ezek elhanyagolható nagyságrendűek.

A szabadidősport egészségen keresztül ható pozitív gazdasági externális hatásait több szempontból vizsgálhatjuk (például a vállalatok és munkáltatók szempontjából, a társadalmi ellátórendszerek szemszögéből vagy az egyének szempontjából). Bármelyik szempontot is vesszük figyelembe, mindegyiknek az alapja az egyén egészsége, ezáltal a különböző egészségi állapotú egyének hozzájárulása a termeléshez és a nem tökéletes fittségből eredő költségekhez.

Az egyén és a háztartás szintjén megállapítható, hogy az egészségi állapot befolyásolja a béreket, a jövedelmeket, a ledolgozott munkaórák számát, a munkaerő-piaci részvételt, a nyugdíjazás időpontját stb. Betegség következtében megváltozhat az egyén munkaerő-piaci helyzete – csökkenő egyéni munkakínálat, kiesés a munkaerő-piacról – ezáltal csökken az egyén jövedelme.¹⁶

A túlsúlyosságot, kövérséget mérő szám, a body-mass-index (BMI) összefüggésbe hozható a halálozások valószínűségével, mivel a magasabb BMI értékkel rendelkezők halálozási valószínűsége is magasabb. Továbbá az azonos BMI értékkel, de eltérő magassággal rendelkező emberek közül az alacsonyabbak nagyobb halálozási kockázattal rendelkeznek. (Fogel, 1994) Ugyanígy összefüggés található a fiziológiai állapot (magasság, body-mass-index) és a bérek, jövedelmek között. Nagyobb magasság nagyobb bért, magasabb BMI érték alacsonyabb bért jelez. Ez a kapcsolat valószínűleg egyfajta társadalmi értékítéletet is tükröz (Harmath – Czárán, 2006), de ennek meghatározó eleme lehet a már említett halálozási valószínűség. Azaz a fizikai aktivitás, amellyel a túlsúlyosság, kövérség megelőzhető, közvetlenül kapcsolatba hozható az elérhető jövedelmekkel.

A munkaadók és a munkavállalók szemszögéből figyelve meg a fizikai aktivitás pozitív externáliáit, egyszerre találunk olyan tényezőket, amelyek javuló, mások mérséklődő, de mindkét esetben pozitív hozadékú tendenciát mutatnak. (4. táblázat)¹⁷

¹⁵ Részletesen összegyűjtötte és leírta az említett fogalmakat – kiegészítve a fitness és a wellness fogalmakkal – Szabó (2009).

¹⁶ Jellemző a háztartásokra, hogy a tradicionális családi szerepeknek megfelelően a férfiak házastársuk betegsége esetén csökkentik munkakínálatukat, míg a nők éppen ellentétesen, növelik azt. (Harmath – Czárán, 2006).

¹⁷ Ugyanakkor ezek közül a tényezők közül a többség igen nehezen vagy egyáltalán nem mérhető. Éppen ezért az egészségre és jelen esetben az egyén sportolásába eszközölt ráfordítások nehezen hozhatók párhuzamba az abból eredő nyereségekkel, azaz a beruházás értékelés módszerei nehezen használhatók. Ettől függetlenül ezeket a pozitív – gyakran élettani – hatásokat semmiképpen sem hagyhatjuk figyelmen kívül.

A jobb termelékenység tényét igazolja Bloom és Canning (2005) nemzetközi adatokat felhasználó elemzése, mely szerint a felnőttkori túlélési rátának¹⁸ 1 százalékpontos emelkedése a munkaerő termelékenységének 2,8 százalékos növekedését eredményezi.

4. Táblázat: A fizikai aktivitás pozitív hatásai a munkaadók és a munkavállalók számára

Az előny élvezője	Mérséklődés	Javulás
Munkaadók		Nagyobb produktivitás
Munkaadók és munkavállalók együttesen	Betegállományban töltött napok számának csökkenése	Teljesítőképesség növekedése
		Koncentráció javulása
Munkavállalók	Krónikus megbetegedések kialakulási valószínűségének csökkenése	Hangulatjavulás
	Szívinfarktusra való hajlam csökkenése	Stressz-toleranciaszint és a stressztűrő képesség javulása
	Félelemre és depresszióra való hajlamosság csökkenése	Jobb közérzet
	Feszültségérzés csökkenése	Önértékelés javulása
	Mozgató szervrendszer megbetegedéseinek kialakulási valószínűségének csökkenése	

Forrás: Bleyer és Saliterer (2007) alapján

Szintén további jelentős pozitív gazdasági hatás például a jobb munkaerő-ellátás megvalósulása, mivel az egészségben eltölthető életévek számának növekedésével az idősebb korosztályok is a munkaerőpiacon maradhatnak valamint az idő előtt a munkaerőpiacról kilépő egyének száma is csökkenthető, ezáltal nőhet a munkaerő-piaci verseny és a munkáltatóknak nagyobb tudásbázis állhat rendelkezésére gazdálkodási céljaik megvalósításához.¹⁹

Itt említendő meg a képzéssel kialakított jobb készségek felhalmozódása is. A képzettebb egyének nagyobb jövedelműek és termelékenyebbek. Ezért az a gyerek, aki egészséges, többet van iskolában, jobban képezhető, így magasabb végzettséget fog szerezni. Ugyanez igaz a már munkaerő-piacon lévő egyénekre és az arról ideiglenesen kilépőkre is. Azaz ők is nagyobb hajlandóságot éreznek új ismeretek elsajátítására, ha

¹⁸ ASR – Adult Survival Rate: azok aránya, akik a 15 éves népességen belül várhatóan meg fogják élni a 60. életévet

¹⁹ Persze ez egyben fokozhatja is a munkanélküliséget, mivel a képzettebb és idősebb munkavállalók, akik a munkaerőpiacon maradnak kiszoríthatják onnan a fiatalabb és tapasztalatlanabbakat.

későbbi munkavállalásuk során a képzés költségei megtérülnek számukra béreiken keresztül. A magasabb várható élettartamú egyén több képzést érezhet arra, hogy tovább képezze magát.

Közös haszon a munkaadók és munkavállalók számára a betegállományban töltött napok számának csökkenése.

Közvetlenül az egyén életminőségét érintő pozitív hatások között említendő a különböző betegségek kialakulásának csökkenő valószínűsége. Ide tartoznak mindazon betegségek, amelyek a korábbiak során (2.2.1) már említésre kerültek. Az egyes betegségek különböző rizikótényezők hatására alakulnak ki – mint mozgásszegény életmód, helytelen táplálkozás, dohányzás stb. A szakirodalomban számos tanulmány készült, melyek különböző betegségek kockázatait vizsgálják az egyén életmódjában jelenlévő aktivitás esetén és annak hiányában (Gémes, 2006; Gémes, 2008; Apor, 2010; Myers, 2008; Santos – Viseu, 2001). Ezeknek átfogó meta-analízisét szolgáltatja Katzmarzyk et al. (2000) tanulmánya, amely a fizikai inaktivitásból eredő relatív kockázatokat foglalja össze a korábban már említett betegségekre vonatkozóan.

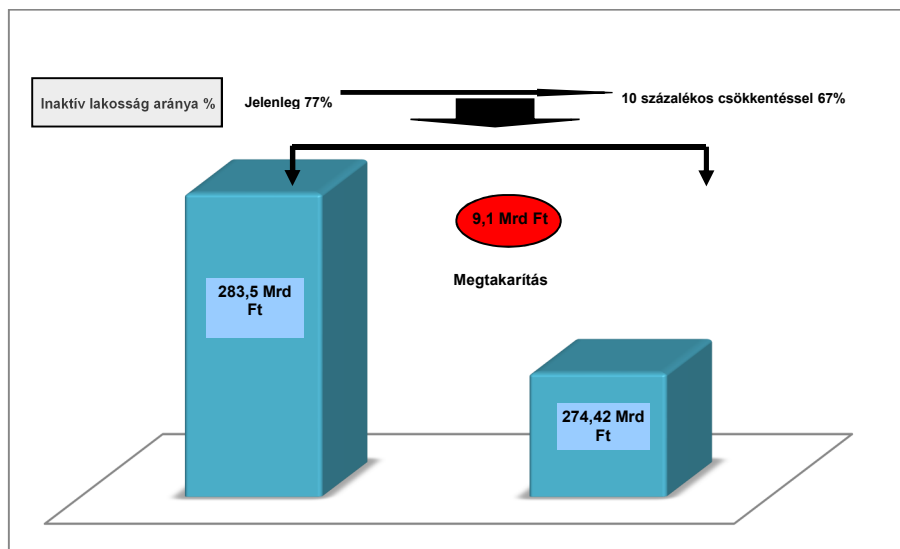
Aggregált szempontból is megvizsgálhatjuk a fizikai aktivitás gazdasági hasznait, ekkor számos közvetett és közvetlen haszonról beszélhetünk. Ezek számszerűsítésekor az alábbiakat vehetjük figyelembe (Kollányi – Imecs, 2007):

- Közvetlen költségek: a betegséggel kapcsolatban felmerülő összes költség (pl. gyógyítás, vizitdíj, gyógyszerkiadások, egyéb gyógyeszközök, táppénz, kifizetendő biztosítás vagy rokkantnyugdíj);
- Közvetett költségek: a kiesett termelés értékének becslése (presenteeism, abstenteeism, haláleset);
- Puha vagy eszmei költségek: azok a pszichés terhek, amelyeket a betegnek és családjának kell elviselnie (pl. fájdalom, kiszorulás a munkaerőpiacról), a társadalmi kohéziót romboló hatások.

További hatásként említhető, hogy a hosszabb és egészségesebb élet során több megtakarítást lehet elérni. A hosszabb várható élettartam egyben ösztönző is a szakképzettség növelésére, ami egyúttal magasabb jövedelmeket eredményezhet az egyén számára – ez pedig további megtakarítások alapját képezheti.

A fizikai aktivitás növelésével elérhető gazdasági hasznokat számos nemzetközi tanulmány számszerűsítette, melyek mindegyike alátámasztotta, hogy jelentős tételről van szó. (Chenoweth, 2005; Katzmarzyk et al., 2000; Edwards – Tsouros, 2006; Weiss et. al., 2000; Felderer et. al., 2006; Martin et. al., 2001; BHF, 2007)

A nemzetközi módszertanok alkalmazásával Ács et al. (2011) meghatározták a magyar viszonyok között az Országos Egészségbiztosítási Pénztár költségvetésében a lakosság fizikai inaktivitásából származó költségek mértékét. Ennek értéke a 2009-es évben 283,5 milliárd forintra rúgott, egy hipotetikus 10 százalékpontos fizikai inaktivitás csökkentéssel pedig 9,1 milliárd forintot lehetett volna ebben az évben megtakarítani. (11. ábra)



11. ábra Az inaktivitás 10 százalékpontos csökkentésével realizálható elméleti nemzetgazdasági megtakarítások ábrája

Forrás: Ács et. al (2011)

2.3. A sportfogyasztási szükségletre és igény-kielégítésre ható elemek és annak folyamata

A magyar szabadidő-fogyasztásban a sport egyelőre háttérbe szorul – ellentétben a nyugati kultúrákkal. Sajnálatos, hogy még a magasabb egészségkultúrával rendelkező rétegekben sincsen jelen kellő súllyal.

Ha tudjuk, hogy kik a sportszolgáltatások igénybevevői és ki milyen csoporthoz tartozik, érdekessé válik az, hogy mik azok a tényezők, amelyek meghatározzák az egyének szolgáltatások közötti választási döntéseit. Ezen tényezők természetesen eltérő jelentőséggel bírhatnak az egyes fogyasztói csoportok között.

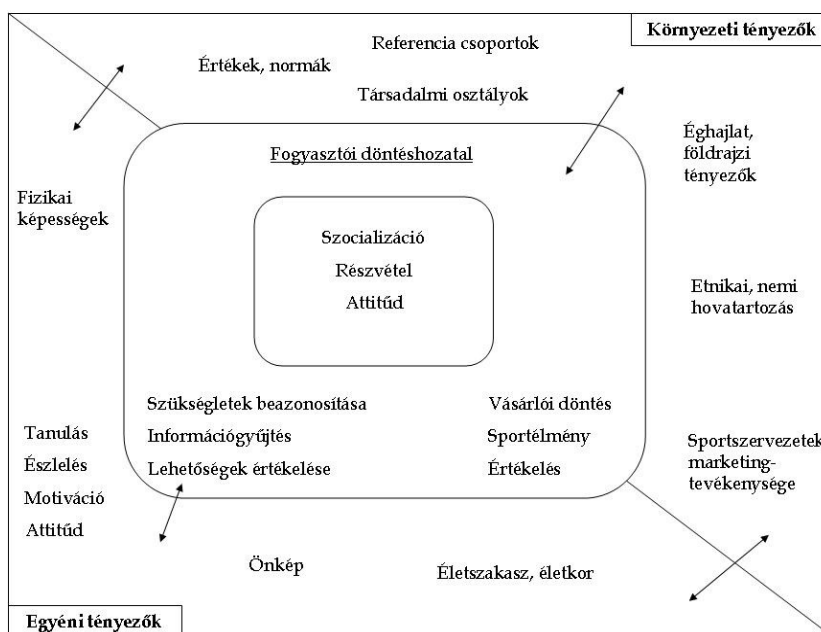
Annak érdekében, hogy a sportot fogyasztók fogyasztási döntéseit könnyebb legyen megérteni, a sportra specializált fogyasztásméleti modellek kerültek kidolgozásra. Közös jellemzőjük, hogy a sportfogyasztó fogyasztási szokásait alapvetően meghatározó elemeinek a szocializációt, a részvételt és az attitűdöket, valamint külső és belső környezeti

(egyéni) tényezőket tekintik. Mindezek együttesen indítják el és befolyásolják a sportfogyasztó döntéshozatali mechanizmusát.

Mullin et al. (2007) modelljükben a fogyasztói döntéshozatal folyamatát középpontba állítva – melynek alapját az egyén szocializációja, részvételi tapasztalatai és attitűdjei képezik – ábrázolják az egyes tényezők kölcsönhatásait (12. ábra). Két fő tényezőcsoportot különítettek el:

- az egyéni tényezők közé az egyéni pszichológiai, fiziológiai jellemzők tartoznak;
- a környezeti tényezőkhöz pedig a kulturális, társadalmi és a fizikai környezeti tényezők.

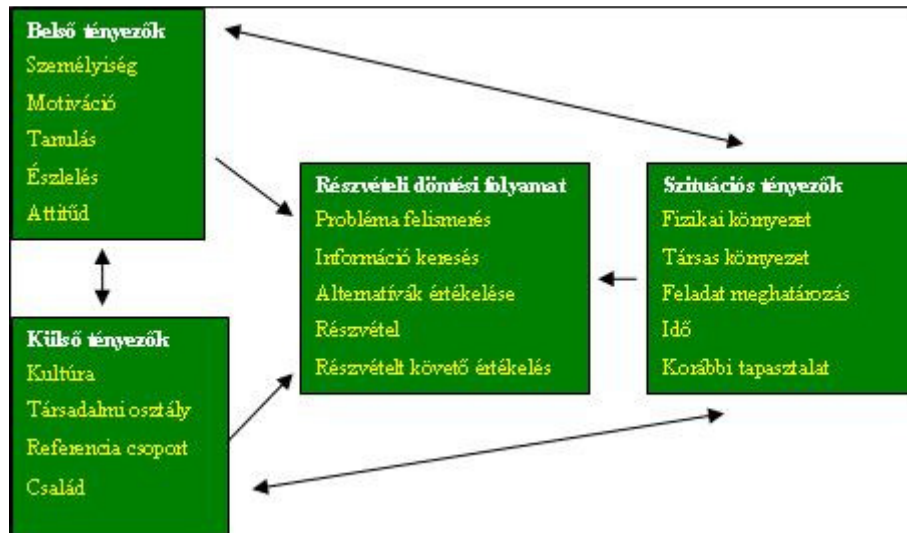
A modellben ábrázolt egyes tényezők szerepe természetesen differenciált.



12. ábra: Fogyasztói magatartás a sportban

Forrás: Mullin et al. (2007)

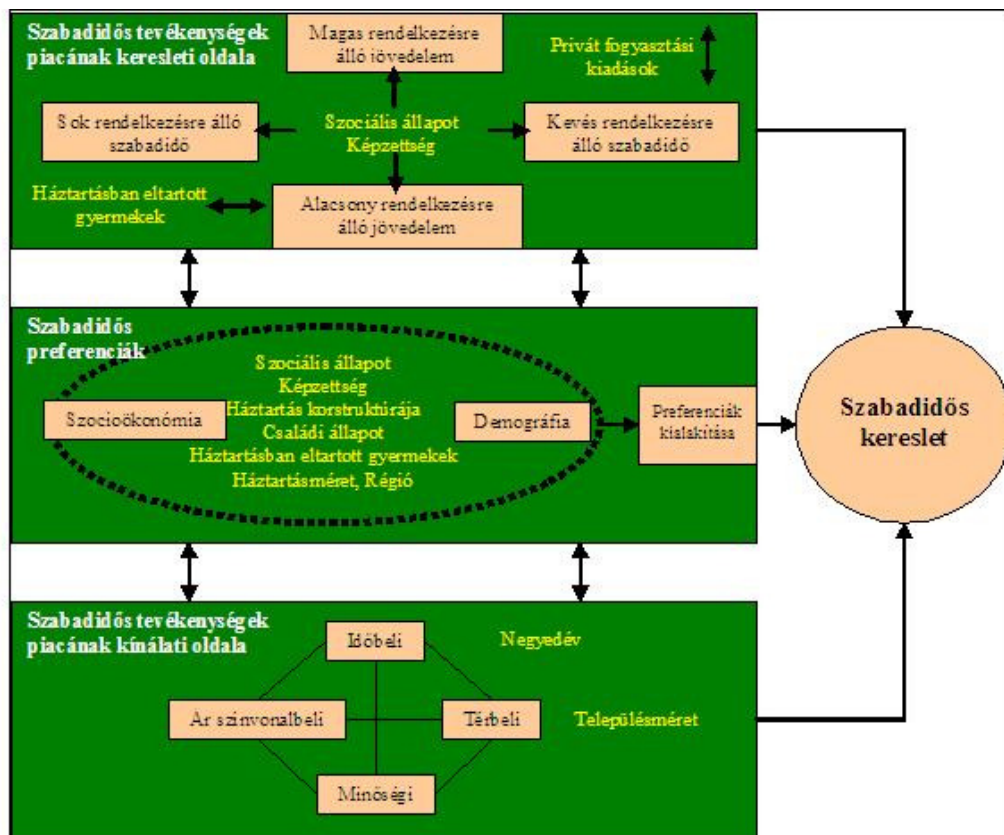
Neulinger (2007) modellje sok elemében megegyezik a Mullin et al. (2007) által összeállított modellel, mivel szintén kiemeli a belső és külső tényezőket, valamint középpontba helyezi a részvételi döntési folyamatot. Neulinger azonban ezek mellé a situációs tényezőket is bevonja, ezzel tovább bővítve a befolyásoló elemek körét (13. ábra). Ebben a modelljében azonban nem szerepel a szocializációs folyamat, de tanulmányában ő is foglalkozott ezzel a kérdéssel.



13. ábra: A sportfogyasztási döntési folyamat meghatározó tényezői

Forrás: Neulinger (2007)

Pawlowski (2009) a német háztartások sportra fordított kiadásait elemezve állította fel elméleti modelljét a szabadidős tevékenységek keresletét befolyásoló tényezőkről. (14. ábra)



14. ábra: A szabadidős szektor keresletét meghatározó elméleti modell

Forrás: Pawlowski (2009)

Az előző két modellhez képest különbség az ő modelljében, hogy a pszichológiai és szociológiai tényezők mellett megkülönböztetett figyelmet szentel a gazdasági jellegű tényezőknek is. Ennek során megkülönbözteti a keresleti és a kínálati oldalon fellépő befolyásoló tényezőket, valamint a szabadidős preferenciákat meghatározó szocioökonómiai és demográfiai elemeket, amelyek együttes kölcsönhatása eredményezi a szabadidős fogyasztást.

A keresleti oldalon két fő befolyásoló elemnek a rendelkezésre álló szabadidőt és a rendelkezésre álló jövedelmet tekinti, amelyek alapján kétdimenziós koordinátarendszerben a különböző háztartástípusok is elhelyezhetők. E koordinátarendszerben való elmozdulást befolyásolják az említett két tényezőn keresztül a háztartásban eltartott gyermekek száma és kora, a háztartás szociális helyzete, a keresők képzettségi szintje, valamint az összes privát fogyasztási kiadások.

A szabadidős szolgáltatások piacán négy szempont szerint csoportosította a kínálatot. A négy szempontot vizsgálataiban kiegészítette azzal, hogy melyik negyedében jelentkezett a kereslet a háztartások oldaláról (szezonáltság), valamint a településmérettel (ami nyilván nagyban befolyásolja a sportszolgáltatók jelenlétét a háztartások környezetében).

A harmadik befolyásoló tényezőcsoportot a szabadidős preferenciák jelentik, amelyek nyilván fogyasztónként más és más jelleget öltenek és a megelőző két modellben a belső és külső tényezőknek feleltethetők meg leginkább.

2.3.1. A sportfogyasztási-modellek kibontása

A továbbiakban a bemutatásra került három elméleti modell alapján tételesen bemutatjuk a sportfogyasztást meghatározó tényezőket, három nagy csoportba foglalva, amelyek megegyeznek a Neulinger-féle modellben alkalmazott három csoporttal, ugyanakkor azokat kiegészítjük a másik két modellből származó további elemekkel.

2.3.1.1. Pszichológiai, fiziológiai és szocioökonómiai tényezők

A belső vagy egyéni befolyásoló tényezők közé tartoznak azok az egyénre jellemző pszichológiai és értékítéletbeli jellemzők, melyek a szocializáció folyamán kialakultak, azok a fiziológiai jellemzők, melyek a genetikai adottságok bázisán az egyedfejlődés során és a testi nevelés hatására készségekben és képességekben jelentkeznek, valamint minden olyan egyéb szocioökonómiai tényező, amely az egyén élethelyzetéből adódik.

Az egyéni tényezők között az egyik legfontosabb a vélt vagy valós **fizikai képességek** kérdése, ami bizonyos esetekben eleve determinálja, hogy az egyén milyen sportot űz, valamint a későbbiekben tárgyalandó szocializációs folyamat kiindulópontja is egyben. Ez szoros kapcsolatban áll az egyén **önképével**, látható énjével, ideális énjével, referencia énjével (Mullin et al., 2007; Hofmeister-Tóth – Törőcsik, 1996). Mivel rendszerint a sportfogyasztás közösségben történik, ezért utóbbi három az, amely a marketing szempontjából különös fontossággal bír. Az **észlelés** azért fontos elem, mert annak függvényében választja valamely sportszolgáltatást az egyén, hogy azt milyennek érzékeli, mennyire tartja összeegyeztethetőnek önképével, így egyáltalán nem mindegy, hogy az adott sportszolgáltatás milyen üzenetet közvetít a potenciális fogyasztó számára. Annál is inkább, mert az észlelések sorozata által kialakulnak a fogyasztóban azok az **attitűdök**, amelyek tulajdonképpen egyfajta általánosított véleményt tükröznek az adott sportszolgáltatásról. Tulajdonképpen az attitűdök kialakulása a személyes tapasztalatokon, érzéseken és hiedelmeken alapul. (Shank, 2009) Sok esetben jellemző a sportfogyasztóra, hogy olyannyira bevonódik a saját sportjába, hogy az személyiségének meghatározó részévé válik, és identitását alapvetően meghatározza. Az ilyen fogyasztókat sokkal gyakoribb fogyasztási alkalmak, alacsony árérzékenység és magas idő-befektetési hajlandóság jellemzi. (Wakefield, 2007)

Ide kapcsolódóan jegyezzük meg, hogy a fogyasztói csoportokra jellemző termékhasználat szerinti szegmentáció során Levine (idézi Mullin et al., 2007) hat csoportot különböztetett meg, melyek eltérő mértékben költöttek sportra. (5. táblázat)

5. Táblázat: Sportfogyasztói csoportok és jellemzőik

Fogyasztói csoport	Jellemző
<i>Gyakori fogyasztó</i>	Éves bérletet vált, klubtag
<i>Közepes fogyasztó</i>	Gyakran vált jegyet sportszolgáltatásra, néha vesz idényre szóló bérletet is
<i>Könnyű fogyasztó</i>	Néha ellátogat egy sportrendezvényre
<i>Dezertőr</i>	Minden fogyasztó, aki az elmúlt 12 hónapban fogyasztott sportterméket, de nem ismételte aztán ezt meg
<i>Média fogyasztó</i>	A történéseket nem a helyszínen, csak a média segítségével követi
<i>Tudatlan fogyasztó</i>	Vagy nem tud a sportfogyasztás lehetőségéről, vagy nem ismeri annak előnyeit
<i>Közömbös fogyasztó</i>	Ismeri a sportterméket és jellemzőit, de nem érdekli annak fogyasztása

Forrás: Levine (idézi Mullin et al., 2007)

Ahogy a sportolás hatással van a személyiség szerkezet alakulására, úgy a **személyiségjegyek** is hatással vannak a sportfogyasztási szokásokra. A világgal szembeni beállítottság alapján megkülönböztethetők extrovertált (kifelé forduló) és introvertált (befelé forduló) egyéniségtípusok. Előbbiek rendszerint szeretik elkerülni a kudarcot, ezért

inkább nézőként válnak sportfogyasztóvá, utóbbiak pedig erős önmegvalósítási vágyukból fakadóan inkább sportolóként fogyasztják a sportot. A teljesítmény szükséglete az egyénben a szocializáció folyamán alakul ki, melynek két változata különböztethető meg: a sikerkereső és a kudarckerülő típus. (Hoffmanné, 2007)

A **nemek** közötti különbségek szintén meghatározzák a sportfogyasztást. Több ízben megállapítást nyert, hogy a nők ritkábban és rövidebb időtartamban végeznek sporttevékenységet (Humphreys – Ruseski, 2006; Poupaux – Breuer, 2009; Rittner et al., 1989; Lamb et al., 1992; Weber et al., 1995; Thrane, 2001; Lera-López – Rapún-Gárate, 2005, 2007; András, 2006; Falussy, 2004; Szabó, 2006). Továbbá Downward és Riordan (2007) tanulmányukban megállapították, hogy annál több időt tölt sportolással az egyén, minél több felnőtt férfi él egy háztartásban vele, azaz férfiak pozitív befolyásoló szerepűek is – akiket ebben a formában referenciaszemélyeknek is tekinthetünk. Meglepő módon a „Társadalmi riport a sportról 2008” c. magyar tanulmány épp arról számolt be, hogy a rendszeresen sportolók között a nők nagyobb arányban vannak jelen (Földesiné et al., 2008)

A különböző **életkorokban** különböző szerepet tölt be a sportolás az egyén életmódjában, a sportolási igények összefoglalása az 6. táblázatban található.

6. Táblázat: Életciklus és sportolás gyakoriságának kapcsolata

Életciklus	Lehetséges befolyás a sportéletre
Felkészülési szakaszok	
1. Fiatalság	A sportolás fontos szerepet játszhat a társaságban betöltött pozíció tekintetében.
2. Udvarlás	Az új kapcsolatok, a szexualitás felerősödése megszilárdíthatja, vagy gyengítheti az eddigi részvételt.
Megállapodás periódusa	
1. Egyedülálló	A sport és az aktív életstílus központi szerepet kap.
2. Házások	A gyerekek születése megváltoztathatja a sportolási szokásokat, az egyéni sportolást felváltja a családi sportolás.
3. Érettség	A gyerekek önállóvá válnak, ismét több idő és pénz jut sportolásra.
Visszavonulás periódusa	
1. Nyugdíj	Még több szabadidő, fix jövedelem. A sportolási kedv megnőhet.
2. Egyedül maradók	A házastárs halála után néhány csoportos tevékenység (pl. a sport) elmarad.

Forrás: Bojtor – Molnár – Szántai (1995)

Számos kutatásban megállapították, hogy a felnőtt lakosság körében minden egyes életév csökkenti a fizikai aktivitásban történő részvétel valószínűségét, ugyanakkor a sportolással töltött idő mennyisége ezzel egyenes arányban nő. (Humphreys – Ruseski,

2006; Downward – Riordan, 2007; Weber et al., 1995; Thrane 2001; Lera-López – Rapún-Gárate, 2007; András 2006; Földesiné et al., 2008)

Az 5. táblázat tipológiájával kapcsolatos kutatások nem egyértelmű eredményekkel szolgálnak a szakirodalomban. Egyesek szerint minél több az eltartott **gyermek**ek száma egy háztartásban, annál kisebb az esély a sportolásban való részvételre (Humphreys – Ruseski, 2006), míg mások szerint pozitív befolyásoló tényezőként azonosítható a nagyobb létszámú háztartás (van Ophem és de Hoog, 1994). Pawlowski (2009) még részletesebben vizsgálta a háztartásokban eltartott gyermekek számát, akiket korcsoportokra bontott. Kutatása szerint a háztartások sportkiadásait kimondottan növelte, ha 6-18 év közötti gyermek élt a háztartásban. Ez érthető, hiszen gyermekkorban a legaktívabb a sportrészvétel, így azok a háztartások, amelyekben ilyen korú gyermek van, nyilván többet költenek sportra. Viszont a 6 éven aluli gyermekek még sok törődést és lényegesen nagyobb időráfordítást igényelnek a szülőtől, mint az önállóbb idősebbek, így az ilyen háztartásokban kevesebb a sportolásra fordítható szabadidő, ennek folyományaként a sportra fordított kiadás is.

A **házastársi viszonyt** több esetben is negatív befolyásoló tényezőként állapították meg. (Humphreys és Ruseski, 2006; Pawlowski, 2009)

A sportfogyasztás egyben **tanulási folyamat** is, mert az egyén képességei csak gyakorláson keresztül válhatnak készségekké. A sportbeli tanulási modellben három egymást követő folyamat az érezni – csinálni – tanulni hármassal, mivel először az egyénnek pozitív élményhez kell jutni, ami a sportfogyasztásra készíteti, amely aztán a tanulást eredményezi.

Richards (1996) szerint minden másnál fontosabb egyéni tényező a sportban érvényesülő tanult fogyasztás: szerinte a fogyasztó számára az marad vonzó, ami folyamatos tanulást, odafigyelést, aktivitást igényel, új kihívást rejt magában. Amint ez hiányzik a tevékenységből, unalmassá válik és mást keres magának. De az sem jó, ha az izgalmak stresszbe csapnak át. A sportolásban szerzett gyakorlat növeli a részvételt és annak rendszerességét. Sőt véleménye szerint erősebb a kapcsolat a gyakorlottság és a részvétel gyakorisága, mint a jövedelem vagy a társadalmi-gazdasági csoportba tartozás és a részvétel gyakorisága között.

Általában a sportfogyasztás **motivációiként** megemlíthetjük az alábbiakat (Hoffmann, 2007):

- a győzelem motívumát – versenyzőként valamilyen versenyben;
- eredmények elérése révén valamilyen híres sportolóhoz való hasonulás lehetősége;

- az együtt lenni motívumot – klubtársakkal, sportolótársakkal együtt sportolás, célja a társasági kapcsolatok iránti igény kielégítése;
- valamilyen státus elérése, mellyel az egyén elképzelt vagy kívánt személyiségének kifejezését és társadalmi hovatartozását fejezi ki;
- az egészség és fittség motívumát (egészségi állapot javítása, vonzóbb megjelenés lehetősége);
- és a játék illetve szórakozás motívumát.

Az aktív sportrésztvétel motivációit az említettek mellett Green és Costa (2011; Smith – Bar-Eli 2007 alapján) kiegészíti a fejlődési motivációval, amikor a fogyasztó célja saját készségeinek fejlesztése, tökéletesítése.

Rekreációs nézőpontból a pszichés és szomatikus fáradtság megszüntetése és a feltöltődés a sport célja. Mivel az egyes sportágak között eltérések mutatkoznak biomechanikai, élettani és pszichés hatások tekintetében, ezért az egyén a számára legmegfelelőbbet fogja választani – racionális fogyasztót feltételezve.

Az **egészségi állapottal** kapcsolatos várakozások ugyanakkor nem csak motivációs tényezőként befolyásolják a sportfogyasztást, hanem maga az aktuális egészségi állapot szubjektív érzete is fontos meghatározó elem. Mégpedig több kutatás szerint is (Humphreys – Rusedski, 2006; Downward – Riordan, 2007) a motivációs megközelítés alapján elvártakhoz képest éppen ellentétesen, mivel az amúgy is jobb szubjektív egészségi állapotnak örvendő nagyobb valószínűség szerint aktívak fizikailag, mint a kevésbé jó egészségi állapottal rendelkezők. Ide kapcsolódik Downward és Riordan (2007) azon megállapítása, hogy azon egyének, akik alkoholt fogyasztanak, nagyobb valószínűséggel sportolnak (bár ennek a kapcsolatnak az ok-okozati viszonya nem feltétlenül egyirányú).

2.3.1.2. Környezeti tényezők és referenciacsoportok

A külső befolyásoló tényezők közé tartoznak mindazon szűkebb és tágabb értelemben vett referenciacsoportok, melyek az egyén értékítéletét befolyásolják, továbbá a sportpiacot befolyásoló környezeti tényezők és szereplők.

A sport különböző szférái különböző társadalmi funkciókkal rendelkeznek, amelyeket a különböző társadalmak más-más módon ismernek fel és tartanak fontosnak, azaz más-más **testkultúra** jellemzi az egyes társadalmakat. Ebből következőleg a különböző társadalmakban az egyes szféráknak más-más az intézményesültsége, finanszírozásának módja és mértéke, mások az intézményi feltételeik és ezekből kifolyólag

a többi társadalmi szférára is más hatással bírnak illetve felhasználhatóságuk szempontjából is eltérő jelentőségűek. (Nyerges-Petróczi, 2007)

Ahol a társadalomban azok a **kulturális értékek** számítanak követendőnek, amelyek az aktív sportfogyasztást is kísérik – versenyszellem, kemény munka, fegyelem, fittség, nemzeti érzés – ott értelemszerűen nagyobb a lakosság hajlandósága az aktív sportfogyasztásra.

A magyar nem sportoló nemzet, a sportfogyasztás jelenleg igen alacsony szintű.²⁰ Magyarországon „nem alakult ki a felelősségérzet a felett, hogy mindenkinek saját magának kell tevőlegesen hozzájárulnia egészségi állapotának megőrzéséhez. Az emberek megszokták, hogy az állam örködik felettük és így egészségük felett is. Sem az egészség, sem az egyéni kezdeményezés nem képviselt értéket a társadalomban. Ezen mintáknak, az életmódnak a megváltozása csak hosszú idő alatt mehet végbe”. (Neulinger 2007, 126 p.) Az **éghajlati és földrajzi adottságok** főleg azt határozzák meg, hogy mely sportágak azok, amelyeket az adott terület lakói előnyben részesítenek – pl. téli sportok a Skandináv államokban, magaslati éghajlaton az atlétika. Az **etnikai hovatartozás** szintén elsősorban a sportágválasztást határozza meg – pl. Észak-Amerikában a profi kosárlabdázók jelentős többsége színes bőrű. (Staples, 1987; idézi Mullin et. al. 2007)

A sportra való szocializáció esetében a meghatározó **referenciacsoportok** a család, az edzők, az oktatók, a barátok és napjainkban már a média is. Ők azok, akik a sport szeretetét közvetítik az egyén felé, a pozitív értékek közvetítésével pozitív beállítódásokat képesek előidézni. A sportfogyasztás nem alapvető szükségletet elégít ki – ami preventív szempontból ugyanakkor nem előnyös – ezért a szocializációs folyamat meghatározó, mert amennyiben ez nem teremti meg a sportolás iránti igényt, akkor az később már csak ritkán alakul ki. A családon belül kiemelkedő a szülők szerepe, az oktatók, az edzők és a barátok pedig akkor jelenthetnek pozitív impulzust a sportszeretet kialakulása szempontjából, ha a sportot élményként és az önmegvalósítás lehetőségeként tálalják a fiatal számára.

A szülők hatása főleg a fiatal gyermekkorban és a tinédzser kor elején jelentős, később hatása gyengül és szerepét átveszik a barátok és a média. Több tanulmány is megállapítja, hogy a támogató szülői magatartás, sőt a szülők rendszeres sportolása pozitív hatással van a gyermekek sportolási hajlandóságára (Ács et. al, 2011; Neulinger, 2007; Keresztes et. al, 2005; Woolger – Power, 1993). Ács et. al (2011) megállapítják, hogy még

²⁰ „Nyilvánvaló, hogy hazánkban a társadalmi környezet a fizikai aktivitást, a sportolásban való részvételt csak gyengén támogatja. Igaz ez annak ellenére, hogy a sportpolitika a szabadidősport fontosságát elismeri, és népszerűsítését elsődlegesnek tartja”. (Neulinger 2007, 123 p.)

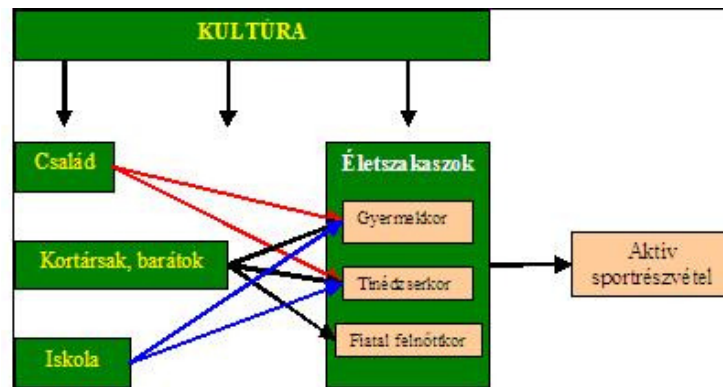
az egyetemista korú fiatalok esetében is kimutatható a szülők sporttal szembeni pozitív beállítottságának hatása a sportolási hajlandóságban. Bachmann et. al (1993) szerint a barátok, kortársak szerepe az életkor előrehaladtával egyre jelentősebb szerepű lesz a látható termékkategóriák esetében, és mint ilyen, ez igaz a sportra is. Neulinger (2007) kimondottan a barátok hatását találta a legfontosabb ösztönző tényezőnek kutatásában.

Az iskola elsődleges szerepe a sportolás megszerettetésében van, és kevésbé feladata a gyermekek számára a versenyhelyzet teremtése. Az iskolában megszerzett pozitív tapasztalatok ösztönözhetik az egyént arra, hogy vegyen részt az iskolán kívül is sporttevékenységben. Aki gyermekkorában az iskolában pozitív tapasztalatokat szerez a testnevelésórán, az jellemzően idősebb korában is szívesebben sportol. (Neulinger, 2007) Mindenféleképpen referenciacsoportnak tekinthetők az egyén számára azon sporttársak, akikkel közös tagságot alkotnak egy-egy sportklubban, sportszervezetben. Nyilván, ha valaki egy sportklub tagja, akkor pozitív attitűdökkel rendelkezik a sport irányába, de ebből még nem feltétlenül következik, hogy aktív sportfogyasztó is legyen. Downward és Riordan (2007) kutatása bizonyította, hogy ez mégis így van.

Az elmúlt évtizedekben a média rohamos térnyerésével az egyik meghatározó fogyasztási döntéseket és attitűdöket befolyásoló tényezővé vált. Közel sem mindegy, hogy valamely sportolási lehetőséget milyen körülmények közepette mutatja be, és milyen tényezőkre helyezi a hangsúlyt. (Shaw, 1989)

Meg kell még említeni azokat az indirekt referencia csoportokat, amelyekkel nem közvetlen módon kerül kapcsolatba az egyén – hanem például a média által – és amely olyan személyekből áll, akikhez az egyén tartozni szeretne (pl. híres sportolók, közszereplők). Mivel jelenleg nem tagja e csoportnak, így annak érdekében, hogy legalább részben azzá váljon, felveszi azok szokásait. (Green – Costa, 2011)

A 15. ábra összefoglalóan bemutatja azokat a külső közvetítő tényezőket, amelyek döntő befolyással vannak a különböző életszakaszokban: a társas, valamint a kulturális környezetet, amelyek befolyásolják az életmódot, az értékeket, a fizikai aktivitáshoz való viszonyt.



15. ábra: Az aktív sportrésztételt befolyásoló külső közvetítő tényezők az egyes életkorok esetén

Forrás: Neulinger (2007)

Mivel a sportolás tulajdonképpen kulturális fogyasztásnak minősíthető, ezért a szociális helyzet különös jelentőséggel bír esetében. Aki már a családban nem kapja meg a megfelelő alapokat, az később hátránnyal indul, bár ez nem ledolgozhatatlan. Természetesen az osztályhelyzet is meghatározó, és a társadalmi egyenlőtlenségek is meghatározzák a kulturális fogyasztást. Minél magasabb társadalmi osztályba tartozik valaki, annál valószínűbb, hogy sportol, sőt a társadalmi helyzet rendszerint még azt is meghatározza, hogy milyen sportágat űz az illető (nyáj-hatás²¹). (Földesiné et al., 2008) Ennek oka, hogy a sportfogyasztó választását alapvetően meghatározza az, hogy milyen a **társadalmi státusza**, ugyanis a társadalmi csoportoknak sokszor megvannak a jellegzetes sportágaik, amelyek afféle társadalmi státuszszimbólumot is jelentenek²². (Például a kifejezetten gazdag, elit rétegek sportja a golf, a középrétegeké a tenisz, az alacsonyabban elhelyezkedő társadalmi csoportoké pedig a labdarúgás.)

Külső környezeti tényezőként meghatározó még a **sportszervezetek marketingtevékenysége**, az alkalmazott marketingmix minősége.

A jelenlegi magyar szabadidősportban a lezajlott rendszerváltás hatására a szférát a társadalmi és piaci igények határozzák meg, amely azonban a jelenlegi alacsony részvételi mértéket tekintve aligha lehet kívánatos²³. Mivel az egészséges társadalom olyan közösségi érdek, amelynek megteremtése a jelen magyar viszonyok között nem várható az egyének

²¹ Ha növekszik a termék piaci kereslete, akkor ennek hatására a fogyasztó preferenciája megváltozik, számára is vonzóbb lesz a termék, mivel nem akar elmaradni a számára fontos referencia-csoport szokásaitól, azaz „az egyéni ízlésen alapuló keresleti reakciókat mintegy felerősíti a többiek reagálása”. (Kopányi, 2002, pp. 87.)

²² lásd később a szabadidő-fogyasztási típusoknál, 5.3.1.4-es alpontban

²³ Az Eurostat adatai alapján a magyar lakosság 77%-a soha, vagy csak havi 1-3 alkalommal sportol. (Eurobarometer, 2010)

önálló magatartásváltoztatásán keresztül, ezért az állami szerepvállalás elengedhetetlen. Éppen ezért az **állam és az önkormányzatok** nem hagyhatják magára az ágazatot, bármennyire is kívánatos volna a tisztán üzleti és civil szféra kizárólagos szerepvállalása. (Bakonyi, 2010) Ennek azonban nem abban kell megnyilvánulnia, hogy az állam számolatlanul önti a magyar sportba a pénzt, hanem abban, hogy olyan programok elindulását és megvalósítását támogatja, amelyek elősegítik a magyar lakosság sporttal szembeni attitűdjének megváltozását. András (2006) szerint a szabadidősport piacát keresleti oldalról lenne szükséges ösztönözni, mivel a korábbi tapasztalatok szerint a túlstrukturált kínálati oldal nem volt képes hatékonyan felhasználni a rendelkezésére bocsátott állami forrásokat. Az egészséges életmódot célzó politika megnyilvánulhat a sportszocializáció folyamatát támogató tevékenységben (pl. iskolai sportprogramok), de megnyilvánulhat a sporteszközöket, sportszolgáltatásokat terhelő adók mértékének csökkentésében – bár kérdéses, hogy ezzel milyen fogyasztói csoport az, amely előnybe hozható, az amúgy is gazdagabbak, vagy az egyébként szegényebbek –, vagy a megfelelő és biztonságos sportolást lehetővé tevő infrastruktúra biztosításában²⁴. (Pratt et al., 2004) Az egészségtudatos társadalom kialakulása csak ilyen módon képzelhető el. Amikor pedig majd eljut a magyar lakosság arra a szintre, hogy önszántából és jól felfogott önös érdekéből törődni kezd az egészségével, akkor az állam kivonulhat a sportélet ezen szegmenséből, vagy legalábbis csökkentheti szerepvállalását benne.

2.3.1.3. A változékonyságot mutató tényezők

A belső és külső tényezők viszonylagos állandósága mellett a szituációs tényezők azok, amelyek meglehetősen nagy változékonyságot mutatnak, akár alkalomról alkalomra is változhatnak a fogyasztási alkalmak során.

Fizikai környezet tulajdonképpen magát az infrastruktúrális ellátottságot, azt a közeget értjük, amelyben a tényleges fizikai aktivitás zajlik, ide értve a nyitvatartási időt, a létesítmény állapotát, megközelíthetőségét, sőt az időjárási körülményeket is.

Poupaux és Breuer (2009) München városának példáján vizsgálták az **infrastrukturális ellátottság** szabadidős sportfogyasztásra való hatását. Ennek során arra a következtetésre jutottak, hogy a sportfogyasztásban való részvételi döntés meghozatalára az infrastruktúra nincsen hatással. Ezzel együtt az uszodák, parkok és tenispályák

²⁴ Ennek érdekében a 2011-ben bevezetett törvénymódosítás – mely szerint a Társasági Adó alapjából leírható sportcélú infrastruktúra fejlesztésére a vállalatok támogatást nyújthatnak sportszervezeteknek – komoly előrelépést jelenthet.

megléte, ill. újabbak építése pozitívan befolyásolja a sportfogyasztási gyakoriságot, érdekes módon viszont a szabadidő sportlétesítmények száma már negatív hatásúnak mutatkozott – aminek a szerzők feltételezése szerint az a magyarázata, hogy a város olyan jól ellátott ilyen létesítményekkel, hogy egy újabb ilyen építése már nem növelné tovább a sportfogyasztás gyakoriságát.

Hazánkban jellemző, hogy a szabadidős sportolás nagyon gyakran otthon végzett tevékenység, a viszonylag költséges fitness és konditermek a sportolás helyét tekintve kevésbé preferáltak – ez a fiatalabb korosztályban kevésbé jellemző –, aminek valószínűsíthetően anyagi okai vannak. (Földesiné et al., 2008.; Neulinger – Szabó, 2011)

Tekintettel arra, hogy a sportfogyasztás sok esetben szolgáltatásnak minősül, ezért ennek során a résztvevő **kiszolgáló személyzet, a résztvevő társak** hatása alapvetően meghatározza az egyén elégedettségét (a sportszolgáltatások 7P-jének egyike²⁵). Továbbá amellett, hogy vevőorientált kiszolgálásra van szükség, az sem elhanyagolható, hogy a résztvevő a képességeinek és tudásszintjének megfelelő körülmények között kapcsolódhasson be a tevékenységbe. (Neulinger, 2007) Ez már csak azért is fontos, mert az eltérő motivációkból adódóan az egyes sportolási alkalmak más-más célt szolgálhatnak az egyén számára, azaz más-más lehet a **feladat-meghatározás**, melyet önmaga számára az egyén kijelöl. Így akár ugyanazon sportszolgáltatás folyamatát is más-más elemek kell, hogy jellemezzék a különböző fogyasztók esetében (pl. intenzitás, terjedelem, partnerek).

A belső tényezők között már említésre került tanulási folyamattal szoros összefüggést mutatnak a **korábbi tapasztalatok**, mint szituációs tényezők, ugyanis ezekre alapozva is alakítja a sportolása során az egyén konkrét cselekvéseit, amelyek aztán a korábbiakhoz mérten több, avagy rosszabb esetben kevesebb sikerélményt nyújtanak neki, így erősítve, vagy gyengítve a következő alkalommal történő fogyasztás lehetőségét.

Az **életszínvonal, a rendelkezésre álló szabadidő, a képzettségi szint és a helyettesítő szolgáltatások** részletesebb elemzésére az alábbiakban összekapcsolva kerül sor, mivel számításba kell vennünk az idő pénzbeli értékét, az érvényesülő trade-off hatást, valamint a jövedelmi szintet és rendelkezésre álló szabadidőt alapvetően befolyásoló képzettséget.

Az életszínvonal értékelése egyfelől történhet objektíven mutatókon és tényeken keresztül (jövedelmi helyzet, munkaerő-piaci pozíció, fogyasztási javakkal való ellátottság,

²⁵ A szolgáltatások 7P-je az alábbiak: termék (Product), ár (Price), értékesítés helye (Place), promóció (Promotion), a szolgáltatás fizikai környezeti jellemzői (Physical evidence), szolgáltatási folyamat (Process), szolgáltatást végző személyek (People) (Hoffmann, 2007)

szociális biztonság, egészségi állapot mutatói), másfelől szubjektíven az egyén önmaga által érzékelt életnívója alapján. Az objektív mutatók az utóbbi időben Magyarországon folyamatosan javulnak, ugyanakkor ezzel gyökeresen ellentmondásban áll az, hogy a szubjektív értékítéletek alapján az emberek mindössze 31,3%-a elégedett életszínvonalával, míg egészségi állapotával 61,2%-uk. (Márfi, 2007)

A legtöbb **szabadidővel**²⁶ a nyugdíjasok – azaz a munka világából már koránál vagy egészségi állapotából adódóan kikerülők, akik valamilyen állami nyugellátásban részesülnek –, a munkanélküliek és az eltartottak rendelkeznek, míg legkevesebben a foglalkoztatásban állók. A szabadidő-felhasználást befolyásoló tényezők a nem, kor, családi állapot, gyerekszám, kis mértékben az iskolai végzettség és a lakóhely típusa (Sik, 2001). Az ipari fejlődéssel a felhasználható és rendelkezésre álló szabadidő mértéke radikálisan nőtt az utóbbi évszázadok során. Az Ipari Forradalom idején még heti 70 óra volt az átlagos munkaidő, míg az 1980-as évekre ez heti 35-40 órára csökkent. (Kovács, 2007a) A felszabadult idő a rendelkezésre álló szabadidő és a fél-szabadidő mennyiségét gazdagította. Felmérések alapján kijelenthető, hogy a vasárnap az, amely a legalkalmasabb sportolási tevékenység végzésére, bár a szabad szombat bevezetésével ez a nap lett a sportolás második legfontosabb napja. Két jelentős szakasz különíthető el a magyar lakosság sportra fordított időfelhasználásában: 1963-1977 és 1986-2000. Az elsőben a férfiaknál és a nőknél is növekedett a sportra fordított idő, majd 1986-ra az életszínvonal jelentős visszaesése, az utazási költségek drágulása, a különmunkák által fokozottan lekötött hétvégi idő 1986-ra igen alacsony szintre vetette vissza a sportolást. Ezt követte a második időszakban előbb egy kisebb (1993-ig) majd egy nagyobb (2000-re) növekedés, ami nem csak hétvégére, hanem a hétköznapiakra is kiterjedt. Az Eurostat adatai alapján viszont ezek az értékek még mindig elmaradnak más nyugati EU-s nemzetekétől. (Falussy, 2004) Jelenleg hazánkban jellemzően a sportolásra fordított egyszeri idő 30-60 perc között mozog. A sportoló férfiak 9%-a, a nők 5,4%-a sportol alkalmanként 120 percet. (Földesiné et al., 2008)

A tanulási és szocializációs folyamat során kialakult pozitív attitűdök, a sporttal szembeni beállítódások ösztönözhetik az egyént arra, hogy környezete, közössége érdekében önkéntes munkát vállaljon a sportban. Mindamellet, hogy ez számos pozitív hatással jár, az egyén sportolási hajlandóságát valamint a sportolás gyakoriságát egyaránt

²⁶ Szabadidőnek az egyén napjának azon ideje nevezhető, amelyben a társadalmi, családi, munkabeli kötelezettségektől mentesen, szabad akaratából végezhet az egyén olyan tevékenységeket, amelyekkel saját magát fejleszti és kikapcsolódik. (Szántó, 1967)

csökkenti Downward és Riordan (2007) szerint. Ez valószínűsíthetően az időkorlátból származó kiszorítási hatás eredménye lehet.

Sturm (2004) a fizikai aktivitás gazdaságtanával foglalkozva kiinduló pontként a SLOTH-modellt²⁷ tekintette. Tanulmánya bizonyos szempontból időmérleg-vizsgálathoz hasonló, más szempontból makrogazdasági összefüggéseket vet fel. A SLOTH-modellből kiindulva az amerikai lakosság esetében a sportolásra fordított időt, valamint annak kapcsolatát más, a napi időbeosztásban szereplő tevékenységek időigényével vetette össze, egyfajta kiszorítási hatást feltételezve. Megállapította, hogy az elmúlt 40 évben a szabadidő mértéke jelentősen nőtt, ennek megfelelően a szabadidő-ipar növekedése az átlagos gazdasági növekedéshez képest lényegesen nagyobb ütemű volt. Sajnálatos módon azonban ezen iparág azon szegmensei, melyek az ülő életmóddal kapcsolhatók össze (kábel TV-k, szórakoztató parkok, mozi, passzív sportfogyasztókra épülő piac stb.) nagyobb mértékben nőttek, mint a fizikai aktivitásra alapozó piaci szegmensek (sportklubok piaca, fitness-, wellness- vagy táncstúdiók stb.) Ez pontosan rávilágít arra, hogy milyen sok **helyettesítő szolgáltatás** áll az átlagember rendelkezésére, melyek a szabadidő eltöltését hivatottak szolgálni.

Szintén a SLOTH-modellt felhasználva Humphreys és Ruseski (2006) haszonmaximalizáló fogyasztót feltételezve a komparatív statika eszközeivel mutatták be, hogyan dönt a fogyasztó a fizikai aktivitásban való részvételről, az azzal töltött idő optimális mennyiségéről, valamint más egyéb a modellben szereplő tevékenységgel való időtöltéséről. Eredményeik mindenképpen alkalmazhatók sportfogyasztás tekintetében is, még akkor is, ha a fizikai aktivitás tágabb értelemben használatos.

Tanulmányukban Lagrange egyenletrendszert felhasználva paraméteresen kifejezték a **jövedelmi helyzet** valamint az órabérek hatását arra vonatkozóan, hogy részt vesz-e fizikai aktivitásban az egyén, illetve ha igen, akkor milyen időtartamban történik ez.

Az idő alternatív költségének hatására²⁸ megnyilvánuló jövedelmi hatást²⁹ is azonosították. Levezetésük szerint, ha nő az idő alternatív költsége, akkor nő a fogyasztó

²⁷ A mozaikszó jelentése lajhár vagy lustaság, amely pontosan visszatükrözi azon tendenciát, hogy az ipari fejlődéssel az átlagember életében a fizikai erőfeszítést igénylő tevékenységek milyen hatással jártak. A SLOTH-modell az alábbi szavakból tevődik össze: Sleep – Leisure – Occupation – Transport – Home production, azaz Alvás – Szabadidő – Munkahelyi elfoglaltság – Utazás – Ottoni munkavégzés.

²⁸ Azzal, hogy megváltozik a fogyasztó órabére, egyben megváltozik a szabadidejének alternatív költsége, tulajdonképpen annak ára. Ez a fogyasztó számára a sportfogyasztás szempontjából két hatással jár. Egyfelől megváltozik reáljövedelme, másfelől megváltoznak a relatív árarányok. (Kopányi, 2002)

²⁹ „Jövedelmi hatás: egy adott jószág vásárolt mennyiségének olyan változása, amely kizárólag azért következett be, mert a jószág árának megváltozásával módosult a fogyasztó reáljövedelme” (Kopányi, 2002, pp. 77.)

bére és reáljövedelme. Feltételezték, hogy a fizikai aktivitási tevékenység normál jószág, így szerintük pozitív jövedelmi hatás várható.

Az idő alternatív költsége változásának hatására fellépő másik hatást, a helyettesítési hatást³⁰ is azonosították. Szerintük a helyettesítési hatás negatív, ami azt jelenti, hogy a fizikai aktivitási tevékenységben történő részvétel csökken, amennyiben az alternatív költsége nő.

A komparatív statikai elemzésből származó megállapításaikat empirikus kutatással is alátámasztották, hogy a két várhatóan ellentétes irányú hatást valós körülményeken is teszteljék.

Eredményeik szerint minden 10 ezer USD egyéni jövedelem 1%-kal növeli az esélyét annak, hogy az egyén részt vesz fizikai aktivitásban. (Hasonló eredményre jutott Jones (1989), Taks et al. (1995, 1999), Weber et al. (1995), Thrane (2001), Lera-López – Rapún-Gárate (2005, 2007), Földesiné et al. (2008) is.) Kutatásukban az iskolázottságot és az alkalmazotti viszonyt tekintették az idő alternatív költségét – azaz a jövedelmi szintet – meghatározó tényezőknek. Azt találták, hogy a növekvő iskolázottsági szinttel csökken a fizikai aktivitásra fordított idő mennyisége (azaz a növekvő jövedelmek helyettesítési hatása negatív), viszont a részvételi döntésre adott pozitív válasz valószínűsége ezzel együtt növekszik (azaz a növekvő jövedelmek jövedelmi hatása pozitív) – Downward és Riordan (2007) valamint Pawlowski (2009) ugyanerre az eredményre jutottak.

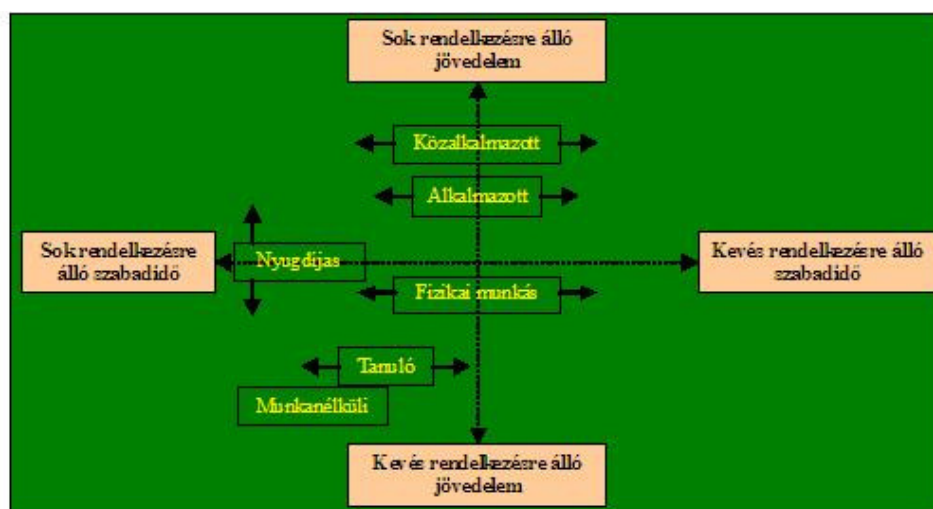
Ugyanígy nő a részvételi döntésre adott pozitív válasz valószínűsége azzal, ha az egyén alkalmazásban áll, ahhoz képest, mintha nem állna (szintén pozitív jövedelmi hatás). Poupaux és Breuer (2009) kutatása a sportrészvételre vonatkozó döntésben a korábbiakkal megegyező eredményre jutott az iskolázottság tekintetében, ugyanakkor a részvétel gyakoriságában nem tudtak tendenciózus különbségeket megállapítani. Több elvégzett modellezési eljárásuk során – egy eset kivételével – a jövedelem hatása nem bizonyult szignifikánsnak.

Sturm (2004) USA-ra vonatkozó adatai szintén ezeket az eredményeket támasztják alá, azaz a magasabb iskolázottságú egyének nagyobb valószínűséggel döntenek a sportolás mellett, továbbá megállapítja, hogy ezek a csoportok a kevesebb rendelkezésükre álló szabadidő nagyobb részét fordítják egészségmegőrző, rekreációs tevékenységekre az alacsonyabban képzetekhez képest, aminek oka a magasabb műveltségből és szélesebb látókörből adódó nagyobb fokú egészségtudatosság. A képzetesebb társadalmi csoportok

³⁰ „Helyettesítési hatás: egy adott jószág vásárolt mennyiségének azon megváltozása, amely kizárólag azért következett be, mert a jószág árának megváltozásával módosultak az árarányok.” (Kopányi, 2002, pp. 76)

fokozott sportolási hajlandóságát több további tanulmány is alátámasztotta. (Weber et al., 1995; Thrane, 2001; Lera-López – Rapún-Gárate, 2005; 2007) A magyar adatok szerint az iskolai végzettség növekedésével nő a sportolási alkalmak száma is. (Földesiné et al., 2008)

A **rendelkezésre álló szabadidővel** kiegészítve a jövedelmi helyzetet, Pawlowski (2009) kétdimenziós koordinátarendszerben ábrázolta a különböző társadalmi státuszú háztartástípusokat. (16. ábra) Ezzel a pozicionálással könnyebben azonosíthatók az eltérő idő- és jövedelemmennyiséget igénylő sportok potenciális célcsoportjai.



16. ábra: Háztartások pozicionálása a rendelkezésre álló szabadidő és jövedelem szerint a háztartásfő foglalkozása szerint

Forrás: Pawlowski (2009)

Az **elérhető sportkínálat** kiterjedtsége, spektrumának szélessége behatárolja az egyén lehetőségeit arra vonatkozóan, hogy milyen sport irányában támaszthat egyáltalán keresletet. Pawlowski (2009) a sportkínálati oldal szolgáltatásait az alábbi szempontok szerint kategorizálta:

- árszínvonaluk szerint, amelyet eltérő mértékben határozhatnak meg az egyes szolgáltatások esetében a változó és fix költségek (pl. változó költségek a belépőjegyek, bérletek, fix költségek a felszerelések, ruházatok költségei);
- időbeliségük, szezonálisuk szerint (pl. téli és nyári sportok);
- térbeli elérhetőségük, megközelíthetőségük szerint (pl. sportszolgáltatás helyszíne sípálya vagy szabadidőközpont, az adott szolgáltatás rövid idő alatt elérhető, vagy sok utazást igényel, az elérhetőség milyen költségekkel jár stb.);

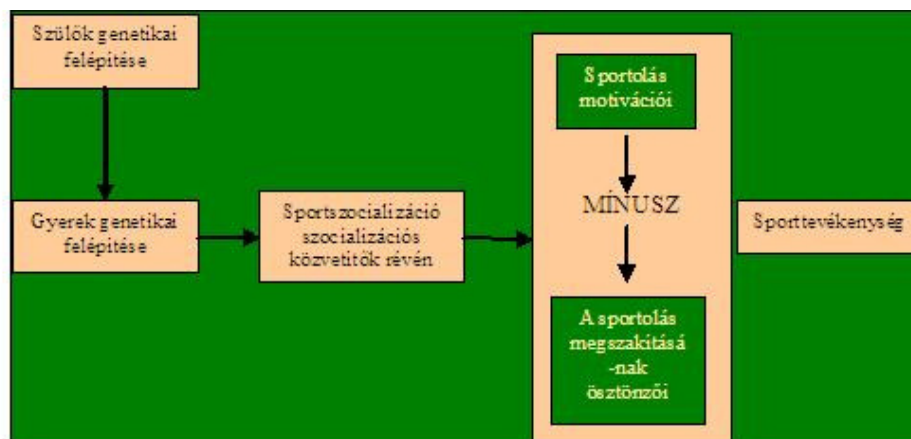
- minőség szerint (mennyire attraktív az adott szolgáltatás, mennyire vonzó az egyének számára, akár abban az esetben, ha még nem vette igénybe korábban, akár abban az esetben, ha már ez megtörtént).

2.3.1.4. Sportfogyasztás, mint tanulási folyamat

Azért kerül külön pontban tárgyalásra a szocializációs folyamat, mert nem sorolható sem a belső, sem a külső, sem a szituációs tényezők közé. A külső tényezők alapvetően befolyásolják az egyéni szocializációt, amely során a belső tényezők között szereplő attitűdök, motivációk alakulnak ki. Tulajdonképpen tehát azt a folyamatot jelenti, mely során külső tényezők befolyásoló hatására az egyéni tényezők ki- ill. átalakulnak, mindezt pedig a szituációs tényezők behatárolják.

A tanulást alapvetően segíti a társas környezet pozitív hozzáállása, kezdetben gyerekkorban a külső ösztönzés, ami aztán belső motivációvá válhat. A kulturális javak – így a sport is – a kívánatos javak közé tartoznak, amelyek jelentőségét rendszerint nem ismeri fel az egyén, ezért társadalmi ösztönzés szükséges, külső beavatkozás kell (pl. kötelező oktatás, támogatások adása).

Wann (1997) szerint a **sportszocializáció** azt a tanulási folyamatot jelenti, amelynek során az egyén megtanulja a sporttal való együttélést, megérti a sportkultúrát, illetve szubkultúráit úgy, hogy internalizálja annak értékeit, hiedelmeit, attitűdjeit és normáit. (idézi Neulinger, 2007) (17. ábra)



17. ábra: A sportszocializáció folyamata

Forrás: Neulinger (2007) (Wann 1997 alapján)

A sportszocializáció az egyént egész életútján keresztül elkíséri, a különböző életkorokban különböző elemei azok, amelyek fokozottan, avagy kevésbé érvényesülnek. A korábban a külső tényezők között tárgyalt közvetítők (iskola, barátok, család, média) közül szintén mindig más az, amely döntően befolyást gyakorol az egyénre, hogy képességeit – melyek genetikai örökségén alapulnak – továbbfejlessze. Jellemző, hogy azok esetében, akiknél már a gyermekkorban elmaradt a sportra történő szocializáció, később sem alakul ki, vagy csak sokkal nehezebben és ritkábban. Talán éppen ez lehet az egyik oka a jelenlegi magyar társadalom alacsony sportaktivitási szintjének. (Földesiné, 1998)

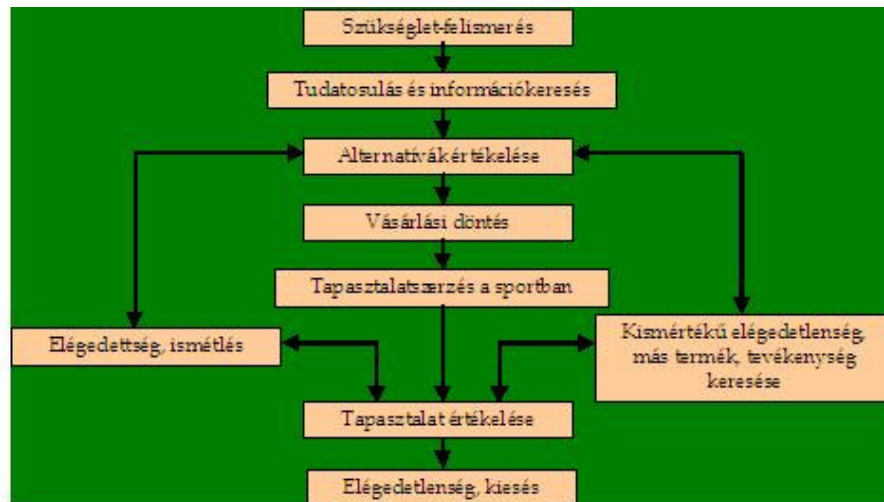
Kovács (2007b) tanulmányában négy szabadidő-fogyasztási típust különített el, melyek szorosan összefüggenek a szocializáció minőségével:

- Passzív típus: szabadidejében semmi produktívát nem csinál (TV, kocsma, házimunka), ilyenek sok esetben a munkanélküliek is. A sportban a néző szerepét töltik be, ahol a szabályok különösebb szellemi megpróbáltatások nélkül követhetők.
- Rekreatívak: stabil megállapodott életvitelűek, szabadidejükben felüdülésre vágyanak, a tömegkultúra iránt érdeklődnek. Kedvelt sportágaik a foci, kosárlabda, aerobik, kondicionálás, sí, tenisz, Forma-1 (nézőként).
- Akkumulatívak: értelmiségiek, nem fanatikusok, hanem sokfelé érdeklődnek, gyakran sznobok, és a divatkövetők is ide tartoznak. A Forma-1, NBA, Dakar-Rallye közönségét jelentik, fallabdáznak, golfoznak, az elit sportokat alkalmasszerűen űzik.
- Inspiratívak: magasabb kultúra iránt érdeklődnek, önmagukat fejlesztik, értelmiségiek, vagy értelmiségi mintát követnek. Kötődnek a minőséghez és fogyasztási szokásaikhoz, búvároznak, golfoznak.

A négy csoport közül a szabadidősport bázisát a rekreatív csoportja adja, ők azok, akik rendszeresnek mondható testedzést végeznek. A sportpolitika feladata ennek a csoportnak a szélesítése, elsősorban a passzív típusú fogyasztók aktivizálásával, valamint az akkumulatív csoport ösztönzésével arra, hogy testmozgásuk ne alkalmasszerűen történjen, hanem rendszeressé váljon. A tipizálás alapján a magyar társadalom szabadidő-fogyasztását Kovács szerint az jellemzi, hogy pont a rekreatív csoport az, amely a legvékonyabb és legkisebb bázissal rendelkezik az összes közül.

2.3.1.5. A belső és külső tényezők összekapcsolódása döntéssé

A sportfogyasztást befolyásoló külső, belső és szituációs tényezők a döntési folyamat során kapcsolódnak össze, és eredményeznek sportaktivitásbeli részvételt vagy a részvétel elutasítását. (18. ábra) (Hoffmann, 2007)



18. ábra: A sportfogyasztás döntési folyamatmodellje

Forrás: Hoffman (2007)

A sportfogyasztás döntési modellje hét fő fázisra bontható, melyek a következők:

- **szükségletbeazonosítás:** a fogyasztó számára elősegíthető a kínálati elemek attraktív bemutatásával;
- **információgyűjtés:** a bizonytalanságot csökkentendő megbízható információforrások feltérképezése és tőlük releváns információk megszerzése (a referenciacsoportok nagy jelentőségűek ebben a fázisban). Ugyanakkor, ha egy fogyasztó nagyon elkötelezett egy általa megszokott szolgáltatás irányába, akkor ez és a következő fázis leredukálódik;
- **lehetőségek értékelése:** az értékelés szempontrendszere sokrétű, az egyéntől függő, alapvető befolyásolói a korábbiakban részletesen bemutatott külső, belső és szituációs tényezők;
- **döntés a legmegfelelőbb lehetőségről:** a döntés során a bizonytalanság jelentős mértékű, az ötletszerűség gyakran nagy szerepet kap;
- **a döntést követő igénybevétel és tapasztalatszerzés:** a fogyasztás élménye a cselekvés során alakul ki, fontos, hogy a fogyasztó megfelelően fel és elő legyen

készülve a fogyasztási folyamatra, hogy az számára a lehető legnagyobb sikerélményt nyújtsa;

- **a tapasztalatok kiértékelése és döntés a következő fogyasztásról:** gyakorlatilag a fogyasztó számára felmerülő ráfordítások és hasznok összevetését jelenti. Ennek függvénye az újbóli fogyasztás, vagy más alternatíva keresése.

2.4. A magyar lakosság sportfogyasztásáról rendelkezésre álló ismeretek

A korábbiakban vázolt sportfogyasztási modellek és a sportfogyasztást meghatározó különböző külső és belső tényezők alapján a rendelkezésünkre álló hazai szakirodalom alapján szükségesnek látszik áttekinteni a magyar lakosság sportfogyasztási szokásait. A hazai sportfogyasztást kutató tanulmányok elsősorban szociológiai megközelítésűek és csak ritkán közgazdasági jellegűek. Ebből adódik az is, hogy a tanulmányok döntő többsége nem a sportra fordított kiadásokkal foglalkozik, hanem elsősorban a sportolási hajlandósággal, azaz azt kutatták, hogy milyen gyakorisággal és milyen időtartamban sportolnak a magyar emberek. Emellett kis számban olyan tanulmányokat is találhatunk, amelyek a passzív sportfogyasztással – pl. kulturális jószággként értelmezve – foglalkoznak. Összességében azonban megállapítható, hogy a kutatások nagyobb része megragad az egyszerű leíró helyzetelemzésnél és ritkábban vizsgál mélyebb összefüggéseket. Jelen fejezet ezen tanulmányok összefoglalását kívánja nyújtani, amely egyben jó kiindulási és összehasonlítási alapot jelent e kutatás számára is.

A legfrissebb Eurobarometer (2010) szerint hazánk az Európai Unió tagországait tekintve az egyik legkevesebbet sportoló ország, csak a bolgár és görög lakosok jeleztek teljes sportbeli inaktivitást vagy havi maximum egy alkalommal történő aktivitást nagyobb arányban a magyar 77%-nál. A rendszeresen sportolók (heti öt alkalommal) aránya mindössze 5% (ami az EU átlag 9%-ától is lényegesen elmarad). A rendszeresen aktívan sportolók között a fiatal korosztály jobban dominál mindkét nem esetében, de azonos korosztályok esetében a férfiak nagyobb sportbeli aktivitást mutatnak. Kiterjesztve a sportolás fogalmát egyéb más fizikai aktivitási tevékenységekkel, természetesen pozitívabb képet kapunk a felmérés szerint, mivel ebben az esetben a rendszeresen aktívak aránya 41%-os, míg a soha vagy maximum havi egy alkalommal történő aktivitás már csak 28%.

Az Eurobarometer szerint a sportaktivitás legfontosabb helyszínének érdekes módon az iskola vagy munkahely illetve az otthon közötti utazás bizonyult – azaz a munkába vagy

iskolába járás kerékpárral, avagy gyalog – ami az EU átlagnál magasabb arányban volt jelen. A munkahelyi fizikai aktivitás volt még az, amely a magyar válaszadóknál nagyobb arányú volt az EU átlaghoz képest, minden más esetben messze elmaradt hazánk lakossága a többi tagországhoz képest. Utóbbiak jellemzően azok a sportolási helyszínek voltak, amelyek pénzköltéssel is járnak (klubok, fitnesscentrumok, sportközpontok). Az európai átlaghoz képest a magyarok környezetükben lévő sportolási lehetőségeket kevésbé ítélik alkalmasnak rendszeres sportolásra. A fizikai aktivitástól való ódzkodás legfőbb okául a magyar válaszadók a nem megfelelő mennyiségű rendelkezésre álló időt jelölték meg – hasonló arányban az EU átlaghoz, ami 45% - ugyanakkor sokkal jelentősebb visszatartó okként említették a fizikai fogyatékosságot vagy betegséget és a versengő tevékenységektől való félelmet.

Ehhez képest nagyon hasonlatos képet mutatnak Földesiné et al. (2008) adatai, ők ugyancsak tágabban értelmezték a fizikai aktivitást (pl. séta, kirándulás), amely szerint így a naponta vagy heti legalább 3 alkalommal sportolók aránya 39%-os, míg 32% az, akik teljesen inaktívak. Érdekes módon kutatásuk a nemek tekintetében némiképp ellent mond az Eurobarometer adatainak, hiszen a nők között 28% sportol naponta, míg a férfiaknál ugyanez az arány csak 23%. Ezzel ellentétben viszont a sportolási gyakoriság csökkenésével a férfiak aránya kisebb, mint a nőké. Az ő kutatásuk is igazolta, hogy az életkor előrehaladtával a sportolási hajlandóság csökken. Vizsgálatuk kiterjedt a településtípus szerinti sportolási gyakoriságra, amely alapján megállapítható, hogy a megyeszékhelyeken és más városokban élők mindkét nem esetében gyakrabban sportolnak a Budapesten és a községekkel élőkkel szemben, valamint az inaktívak aránya is kisebb ezen a két településtípuson. Az iskolázottság szintjének emelkedését, mint a sportolás gyakoriságára pozitívan ható tényezőt azonosították. Regionális eltéréseket vizsgálva kutatásuk szerint messze a legnagyobb arányban a Nyugat-Dunántúlon sportolnak napi rendszerességgel az emberek (44%), melyet a második helyen Közép-Dunántúl követ 33%-kal. A legnagyobb inaktivitási adatok a Dél-Dunántúlon (46%), Közép-Magyarországon (37%) és a Dél-Alföldön (36%) jelentkeztek. A magasabb jövedelmi kategóriák felé haladva a soha nem sportolók aránya csökken, ugyanakkor a legmagasabb jövedelmi kategóriában szereplők azok, akik legkisebb arányban sportolnak napi rendszerességgel.

A passzív sportfogyasztást tekintve kutatási eredményeik szerint a magyar lakosság mindössze tizede jár rendszeresen mérkőzésekre, ezen belül is lényegesen magasabb a férfiak aránya. Az aktív sportfogyasztáshoz hasonlóan ebben az esetben is pozitívnak

bizonyult az iskolázottsági szint javulásának hatása a sportesemények látogatására. Az alacsony végzettségűek között nagy arányban találtak olyanokat, akik teljesen érdektelenek voltak a sport iránt. Nem meglepő eredmény, hogy a rendszeresen sportolók csupán 14%-a nem jár soha sporteseményre, míg az egyáltalán nem sportolók között ugyanez az érték 54%. A sportesemények látogatása a diákok esetében a leggyakoribb, valamint aktívabbak ezen a téren a többi munkamegosztási csoporthoz képest az alkalmazottak is. A soha nem sportolók aránya a nyugdíjasok (81%) és a munkanélküliek (71%) között a legmagasabb, és a diákok között messze a legalacsonyabb (26%).

A sportújságok olvasásában arányaikban aktívabbnak bizonyultak a férfiak, a magasabb végzettségűek, és jóval kevesebben fogyasztották ilyen módon a sportszolgáltatást a munkaviszonyban nem állók és a nyugdíjasok.

Egy másik típusú sportmédia szolgáltatást, a sportközvetítések televízió keresztül történő megtekintését is vizsgálták. Ebben aktívabbnak mutatkoztak a gyakrabban testedzést végzők, míg az életkor, a lakóhely és a társadalmi aktivitás szerint nincsenek igazán komoly különbségek.

A média- és sportfogyasztás kapcsolatában érdekes adalékul szolgál Takács és Kmetty (2011) tanulmánya, mely szerint egyrészt a nem sportolók nagyobb arányban néznek televíziót, mint a sportolók, ugyanakkor a számítógépezés esetében éppen fordított a tendencia csakúgy, mint az internetezésnél. A fordított tendenciát a szerzők részben a jövedelmi helyzet alakulásával magyarázzák, mivel kutatásuk szerint a többet sportolók és a többet számítógépezők is jobb anyagi helyzetben vannak a többiekhez képest. Ugyanakkor véleményünk szerint az élménykeresés, az új helyzetek megoldásának vágya, a folyamatos kihívások által keltett ösztönzés inkább lehetnek kapcsolatban a két tevékenységtípussal, a televízió-nézéssel szemben, hisz ott a fogyasztó passzív befogadó csupán, nem aktív résztvevője a cselekvésnek.

A KSH 2006-os kutatása alapján (András, 2006) a nők naponta átlagosan 13, a férfiak 21 percet sportolnak, míg a háztartások kiadásai csupán 0,4%-át költik sportra – ezzel szemben szeszesitalra és dohányárura 3%-át. Emellett az ún. szabadidő-orientált fogyasztói csoport (a magyar lakosságon belül 13%) az, amely nagyobb arányban költ sport jellegű tevékenységekre.

Keserű és Dénes (2007) a háztartási szektor sport jellegű kiadásait 70-90 milliárd forintra becsüli évente, melyben a sportruházat önmaga 40-50 milliárddal szerepel, míg sportszolgáltatásokra 15-20 milliárdot költenek. A háztartások sportszolgáltatásokon belüli költési arányát a szerzők 14 milliárd forintra becsülték, míg a hivatásos és elit sport

jegybevételeire, vendéglátási és egyéb sportszolgáltatásokra csupán 3 milliárdot állapítottak meg.

A magyar sportpiac méretére vonatkozó becsléseket találunk a Sport XXI. Nemzeti Sportstratégiában (2007), miszerint a szektor árbevétele 2002-ben 350 milliárd forint volt, ami 110 milliárddal nagyobb nominális érték a négy évvel korábbihoz képest, ami jelentős piacbővülésre enged következtetni. Az élsport területén a növekedés mértékét a stratégia 63%-osra becsüli, de még ennél is dinamikusabb növekedést azonosít a sportszergyártás és a létesítményműködtetés területén (250% ill. 140%).

Szabó (2006) budapesti egyetemisták és főiskolások körében végzett kutatást sportolási szokásaikat illetően. Eredményei alapján a vizsgált csoport 70,9%-a sportolt minimum 1-2 alkalommal hetente, 39%-uk pedig heti 3-4 alkalommal tette ezt. Míg az ő eredményei alapján is az állapítható meg, hogy többen sportolnak a férfiak, addig az anyagi helyzet és a sportolási hajlandóság között nem talált összefüggést. Jellemző, hogy mind a nők, mind a férfiak tekintetében a legjelentősebb sportolási motivációt a kikapcsolódás-szórakozás, az egészség és a sport élvezete jelentették, továbbá a férfiak körében jellemzőbb volt a versengés motivációja. A leggyakrabban űzött sportágaknak a futást, az aerobicot, az úszást, a kerékpározást, a testépítést, a labdarúgást és a kosárlabdát találta. Kutatásában kitért arra, hogy mik egy adott sportág választásának okai. Ezek közül legdominánsabbnak a sportolási lehetőség közelsége jelentkezett, de hasonlóan fontos szempont volt, hogy egyedül is lehessen űzni az adott sportágat. További fontos szerepet játszott a tehetség megléte, a barátok társasága és az extra felszerelés szükségletelensége. A vizsgált mintában a rendszeresen sportolók 28,6%-a nem költ sportolásra, 22,3%-uk pedig 3000-5000 Ft között költ. A legtöbbet költők kategóriájába (5000 Ft feletti költés) 18,4% tartozott. A már említett kutatásokat megerősítendő Szabó szintén arra a megállapításra jutott, hogy toronymagasan a legfontosabb indok a nem sportolásra az idő hiánya – ezt az Ifjúság 2008 (Bauer – Szabó, 2009) kutatás is alátámasztja. A kutatásban megkérdezettek 44,4%-a alkalmanként minimum 60 perces sportolásokról számolt be. Meglepő módon a megkérdezettek közül a nők azok, akik nagyobb számban vesznek igénybe sportszolgáltatót, az összes megkérdezett közül pedig 57,5%-uk teszi ezt. Ebben az esetben legfontosabb döntési szempontnak a szolgáltató árai, a könnyű megközelíthetőség és a nyitvatartási idő megfelelésége a legfontosabbak.

Neulinger (2009) tanulmányában a magyar sportfogyasztást motivációs oldalról közelítette meg, és egyértelműen megállapította, hogy a sportfogyasztási hajlandóság jelentősen összefügg a társas közeggel – a „társaság személyi környezete élményt visz a

sporttevékenységbe” (119.o.). A szülői támogató magatartás jelentőségét a 15-17 évesek körében tudta kimutatni, míg a fiatal felnőtt korban a barátok, fiatal kortársak a legfőbb ösztönzők. Érdekes módon az iskola, mint motiváló tényező csak az éppen iskolás korúak esetében jelentkezik, az idősebb korosztályban az iskolai testnevelés megítélése és a sportolási hajlandóság között nem talált összefüggést.

Az Ifjúság 2008 (Bauer – Szabó, 2009) kutatás 15-29 éves fiatalokon végzett felmérés alapján újabb megerősítést nyert, hogy a férfiak nagyobb arányban aktívak fizikailag, mint a nők, a kor előrehaladtával csökken a fizikai aktivitás, a nagyobb településtípus pozitívan befolyásolja a sportolási hajlandóságot csakúgy, mint az iskolai végzettség magasabb szintje. A tanuló fiatalok életmódjához intenzívebben tartozik hozzá a sportolás, mint a már munkaerőpiacon lévőkéhez, míg regionális eltérést nem igazán lehet kimutatni, egyedül Budapest az, ahol szignifikánsan nagyobb a sportolási hajlandóság.

Szintén az Ifjúság 2008 kutatás adatbázisát felhasználva Perényi (2008) a sporttevékenység és az értékorientáció közötti összefüggéseket kutatta. Eredményei szerint a magyar fiatalok között a „fizikai aktivitás és a sport környezetét kreatív, változásokat és élményeket kereső, interperszonális kapcsolatokban gazdag és a közvetlen anyagi produktum fontosságát kevésbé fontosnak megítélő értékmilió hatja át” (80.o).

Mindezen kutatások ismerete azért fontos, hogy jelen kutatás eredményeit érdemben össze lehessen hasonlítani a korábbiakkal, valamint azonosítható legyen, hogy a sportköltés formájában jelentkező fogyasztás mennyiben térhet el a tényleges sportaktivitásban megnyilvánuló fogyasztási szokásoktól.

3. Kutatás hipotézisei, tartalma, módszerei, indoklása

A fejezet első részében megfogalmazásra kerülnek a kutatási hipotézisek, majd ezt követően bemutatásra kerül a dolgozat empirikus kutatásához szolgáló két adatbázis és a négy módszertan. A három regressziós ökonometriai modell, az idősor-elemzés és a sportfogyasztási keresleti modell, valamint a Heckit-modell során a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) által készített Háztartási Költségvetési Felvétel (HKF) adatbázisa került felhasználásra, míg a klaszteranalízis során az Eurostat adatbázisokból leválogatott adatok. A módszertanok közül különösen részletes a Heckit-modell bemutatása, mivel a megvizsgált magyar szakirodalomban ezen ökonometriai modell matematikai leírása csak részleteiben található meg, így ezzel a modell részletes magyar nyelven történő leírása is megtörtént.

3.1. A kutatás hipotézisei

A kutatás során három különböző témakör vizsgálatára került sor – természetesen szorosan egymásra épülve –, ebből kifolyólag a disszertáció hipotézisei is ebbe a három csoportba kerültek elkülönítésre. Az első hipotéziscsoport a magyar sportfogyasztás időbeli alakulására vonatkozóan fogalmaz meg feltételezéseket, összekapcsolva a kiadási adatokat az árszínvonal és a jövedelmi viszonyok alakulásával. A második hipotéziscsoportban nemzetközi kitekintés keretében kerültek megfogalmazásra az életminőséggel és kulturális eltérésekkel kapcsolatos feltételezések. Végül a harmadik hipotéziscsoport feltételezései a magyar lakosság különböző sportfogyasztói csoportjainak specifikálására vonatkoznak.

H1a hipotézis: Magyarországon a rendszerváltást követő kezdeti életszínvonal esést, majd annak fokozatos emelkedését a sportkiadások nagyságának alakulása is követte, azaz kezdetben visszaesés volt tapasztalható, majd növekvő tendenciára váltott a lakosság sportkiadásainak alakulása, végül a gazdasági válság hatására ismét kedvezőtlen fordulatot vett.

H1b hipotézis: Magyarországon a sport, mint fogyasztási cikk mikroökonómiai értelemben normál jószágnak minősíthető, azaz a jövedelmi szint 1%-os növekedésére megközelítőleg 1%-os növekedéssel reagálnak a sportköltségek.

- H1c hipotézis:** Magyarországon a sport, mint fogyasztási cikk egységnyi árugalmasságúnak tekinthető, azaz az árszínvonal 1%-os csökkenésére a sportkiadások mértéke 1%-os növekedéssel reagál.
- H2a hipotézis:** A gazdasági fejlettség és az életminőség javulásával (melynek indikátorai a kutatásban az átlagos fogyasztási kiadások, a jövedelemegyenlőtlenség, a születéskor várható élettartam) együtt a sportfogyasztás mértéke is javuló tendenciát mutat az európai országok körében.
- H2b hipotézis:** Az eltérő kulturális és történelmi hagyományokból adódóan a sportfogyasztásban is jellegzetes különbségek alakulnak ki az európai országok között. (pl. eltérő jellemzőkkel rendelkeznek a skandináv, a nyugat-európai és a volt szocialista blokk országai)
- H3a hipotézis:** A sportkiadások megjelenésére a háztartási költségvetésben pozitív hatással van a városias életforma, a nagyobb településeken tapasztalható urbanizálódott társadalomszerkezet és a jobb sportkínálat.
- H3b hipotézis:** A háztartásban eltartott gyermekek száma pozitív kapcsolatban áll a sportkiadások megjelenésének valószínűségi mértékével.
- H3c hipotézis:** A sportkiadások megjelenésének valószínűsége eltérést mutat régióként, alapvetően a dunántúli és a közép-magyarországi régió háztartásai nagyobb valószínűséggel költenek sportra, mint az alföldi régiók.
- H3d hipotézis:** A háztartásfő koresoportjának növekedésével fordítottan arányos a sportkiadások megjelenési valószínűsége a háztartási költségvetésben.
- H3e hipotézis:** Az iskolázottsági szint emelkedése pozitív hatással van a sportkiadások jelenléti valószínűségére.
- H3f hipotézis:** A férfi háztartásfőjű családok nagyobb valószínűséggel költenek sportra, mint a női háztartásfőjűek.
- H3g hipotézis:** A nettó jövedelmi helyzet javulása a sportkiadások jelenléti valószínűségét növeli.
- H3h hipotézis:** A sportkiadások nagyságának mértékére pozitív hatással van a városias életforma, a nagyobb településeken tapasztalható urbanizálódott társadalomszerkezet és a jobb sportkínálat.
- H3i hipotézis:** A háztartásban eltartott gyermekek száma pozitív kapcsolatban áll a sportkiadások nagyságával.

H3j hipotézis: A háztartásfő korcsoportjának növekedésével fordítottan arányos a sportkiadások mértékének nagysága.

H3k hipotézis: Az iskolázottsági szint emelkedése pozitív hatással van a sportkiadások nagyságára.

H3l hipotézis: A férfi háztartásfőjű családok többet költenek sportra, mint a női háztartásfőjűek.

H3m hipotézis: A nettó jövedelmi helyzet javulása a sportkiadások nagyságának mértékét növeli.

3.2. A kutatás alapját képező adatbázisok

3.2.1. Háztartási Költségvetési Felvétel (HKF)

A regressziós elemzések alapjául a KSH által Magyarországon évente elkészítésre kerülő HKF szolgál a 2008-as évből. A felvétel során 7 654 háztartás került felmérésre, amely összesen 19 637 főt foglalt magában.

A Háztartási költségvetési felvételek évente kerülnek elkészítésre, a magánháztartások tekintetében reprezentatívnak minősülnek, többlépcsős, rétegzett mintavételi eljárással készülnek az év 12 hónapján keresztül. A mintában egy-egy háztartás négy évig marad. A felmérésben a magánháztartásokban élő teljes népesség figyelembevételre kerül. A felvétel két részből áll:

- Önkitöltéses módszerrel a teljes minta 1/12-ed része tölti ki a háztartási naplót minden hónapban, így alakítva ki az egész éves adatfelvételt.
- A referenciaévet követő év elején visszatekintő kikérdezés történik a kiadási és jövedelmi tételekre. Erre az adatok javítása érdekében van szükség, különösen a nagy értékű tartós javak felhalmozása miatt.³¹

Az adatbázis többek között részletes információval szolgál egyfelől a mintába kerülő háztartások településtípus szerinti és régiós összetételéről, a háztartásfők korcsoportja, iskolai végzettsége, gazdasági aktivitása és neme szerinti, valamint a háztartásban élő 20 éven aluli, eltartott gyermekek száma szerinti összetételéről. Ezen felül információt

³¹ KSH honlap, letöltve 2011. március 21.: http://portal.ksh.hu/pls/ksh/ksh_web.meta.objektum?p_lang=HU&p_menu_id=120&p_ot_id=100&p_obj_id=ZHC&p_session_id=96710219

szolgáltat a háztartások jövedelmi helyzetéről, tartós fogyasztási cikkekkel való ellátottságáról, kiadási szerkezetéről.³²

„A teljeskörűsítés felszorzó faktorok segítségével történik, amelyek megyénként és településnagyság-kategóriánként a lakott lakások továbbvezetett, teljes körű száma és a felvételben közreműködő háztartások lakásszámának hányadosai. Mivel a megtagadások következtében a felvételben közreműködő háztartásokban élő személyek demográfiai, iskolai végzettség, gazdasági aktivitás szerinti megoszlása eltér a teljes körű statisztikákból származó adatoktól, a Háztartási költségvetési felvétel adatain a teljeskörűsítés mellett demográfiai arányosítás és gazdasági aktivitás szerinti kalibráció is történik. A kalibráció biztosítja a felvételből származó adatok reprezentativitását.”³³

A háztartások fogyasztási struktúrája a nemzetközileg széles körben elfogadott COICOP (Classification of Individual Consumption according to Purpose) nomenklátúra alapján áll össze. Az Európai Unióba történő csatlakozásunk következményeként a nemzetközi szintű térbeli és időbeli összehasonlíthatóság érdekében 2000-ben történt meg az erre való átállás – ami az idősorokban törést eredményezett. Annak érdekében, hogy a korábbiakban alkalmazott csoportosításokkal összehasonlíthatók legyenek az adatok, a COICOP struktúra hazai viszonyokhoz igazítása is megtörtént.

A COICOP csoportosítási struktúra az ENSZ Statisztikai Osztálya által került kidolgozásra, mely egy négy szintű, decimális tagolású, a vásárolt fogyasztási javak rendeltetés szerinti rendszerezését jelenti, amelynek használata Eurostat ajánlás is egyben.

A nemzetközi COICOP, négy szintű osztályozási rendszer felépítése az alábbi:

1. szint: 12 főcsoport (2 számjegyű kódokkal, a nemzeti számlákban kötelező érvényű 14 főcsoport),
2. szint: 43 csoport (3 számjegyű kódokkal),
3. szint: 116 osztály (4 számjegyű kódokkal),
4. szint: 197 kategória (5 számjegyű kódokkal).

A magyar osztályozási rendszerben egy ötödik szint is kialakításra került, amelyben további 320 termékkategória kerül megkülönböztetésre.

Elemzéseink során a HKF adatai közül a sport jellegű kiadási tételeket használtuk fel. (7. táblázat)

³² KSH honlap, letöltve 2011. március 21.:

http://portal.ksh.hu/pls/ksh/ksh_web.meta.objektum?p_lang=HU&p_menu_id=120&p_ot_id=100&p_obj_id=ZHC&p_session_id=96710219

³³ KSH honlap, letöltve 2011. március 21.:

http://portal.ksh.hu/pls/ksh/ksh_web.meta.objektum?p_lang=HU&p_menu_id=120&p_almenu_id=104&p_ot_id=100&p_obj_id=ZHC&p_session_id=20282561

7. táblázat: Az elemzés során felhasznált sport jellegű kiadási cikkek COICOP-kódszámaik szerint

COICOP-kódszám	Kiadási cikk neve
9	Szabadidő és kultúra
92	Egyéb szabadidős és kulturális tevékenységet szolgáló tartós javak
921	Házon kívüli szabadidős tevékenységet szolgáló tartós javak
92110	<i>Sport, kemping célú tartós javak</i>
92311	<i>Tartós sportszerek, hangszerek alkatrészei</i>
92312	<i>Tartós sportszerek, hangszerek javítása</i>
93	Játékok, hobbi- és sportcikkek, kertészkedés, hobbiállat
932	Sporteszközök, kempingcikkek és más felszerelések házon kívüli szabadidős tevékenységhez
93210	<i>Sportszerek, kempingcikkek</i>
94	Szabadidős és kulturális tevékenységekkel kapcsolatos szolgáltatások
941	Sport- és szabadidős tevékenységekkel kapcsolatos szolgáltatások
94111	<i>Sportrendezvény, belépődíj</i>
94112	<i>Sport-, zene-, tánctanfolyam</i>
94113	<i>Egyéb szabadidő szolgáltatás</i>

Forrás: KSH honlap

3.2.1.1. Az idősor-elemzéshez és a keresleti modellhez használt adatok köre

Az idősor-elemzés és a sportfogyasztás-keresleti modell specifikálása során problémát jelentett, hogy a KSH hivatalosan a 2000-es évtől állt át a COICOP típusú csoportosításra. A vizsgált kategóriák tartalma 2000 előtt és után is megegyezik, eltérések csak a Háztartásstatisztikai és a Családi Költségvetési kiadványokban szerepeltetett elnevezések esetében vannak, azonban a lekérdezés során a kérdőívekben azonos megnevezéssel szerepeltek az egyes tételek a vizsgált időszakban. Az elemzett idősor az 1992 és 2010 közötti időszak, melyet távolabbi időpontig visszanyúlóan tovább bővíteni nem volt lehetséges, mert az 1992 előtti módszertan tartalmilag is eltért az azt követő időszaktól. A 2010 utáni adatok a kutatás készítésének idejében nem álltak rendelkezésre. A sporttal kapcsolatos kiadások mértékéül a „sportszerek, kempingcikkek” adatok (későbbiekben sportfogyasztási adatok) szolgálnak. Szerettük volna más tételekre is kiterjeszteni a vizsgálatot, azonban azoknál nem állt rendelkezésre megfelelő hosszúságú adatsor. A vizsgált kiadási tétel magában foglalja mindazon kiadásokat, amelyek a szabadidő játékokhoz, testedzéshez használatos sportszerek és sporteszközök vásárlásakor felmerülnek. A háztartások jövedelmének mértékéül a „nettó jövedelem” vagy másképpen rendelkezésre álló jövedelem adatok (későbbiekben jövedelmi adatok) szolgálnak, mivel ez

az a jövedelem, amely adózás és különböző transzferek után az egyénnél elkölthető jövedelemként jelentkezik.

A rendelkezésre álló adatokat a 2010-es bázisév értékeire számoltuk át, mivel a kutatás idején ennek az évnek a fogyasztói árindexei voltak azok, melyek legfrissebbként rendelkezésre álltak. A „sportszerek, kempingcikkék” értékeinek deflálása a KSH sportszerekre és játékokra vonatkozó fogyasztói árindexével történt, a „nettó jövedelem” adatoké pedig a KSH összesített fogyasztói árindexének felhasználásával.

3.2.1.2. A Heckit-modellhez használt adatok köre

A kvalitatív egyenlet becsléséhez elsőként a mintából azonosítanunk kellett azokat a háztartásokat, amelyek kiadási szerkezetében megjelent a fentebb felsorolt kiadási elemek bármelyike is. Egy kétértékű, bináris változót hoztunk létre, melynek értéke 1 és 0 lehetett: 1-es értéket kapott azon háztartások esetében, melynek költségvetésében szerepelt sport jellegű kiadás, és 0-ás értéket kapott azok esetében, melyeknél nem. A továbbiakban ennek a kétértékű változónak az alakulását kívántuk magyarázni, ezt tekintettük függő változónak, valamint a háztartások különböző – fentebb felsorolt – jellemzőit tekintettük függetlennek.

A kvantitatív egyenletben függő változóként a szelektált eseteknél ténylegesen megfigyelhető összes sportkiadási értéket logaritmizált formában használtuk fel – ennek oka, hogy az eredeti sportkiadási adatok nem normál eloszlást követtek és transzformálni volt ezért szükséges őket. (Sajtos – Mitev, 2007) Az összes sportkiadások közé a 7. táblázatban szereplő 9. főcsoport minden egyes tétele beletartozott.

A modellben független változóként szereplő folytonos változókat kategóriális változókká alakítottuk át annak érdekében, hogy ezeket majd dummy-változóként (kétértékű) vagy kategóriális változóként használhassuk modellezésünk során. Így az 8. táblázatban található transzformációkat hajtottuk végre.

8. táblázat: Az átalakított folytonos változók új dummy és kategoriális változói

Eredeti folytonos változó	Átalakított kategoriális változó rövidítése	Átalakított kategoriális változó tartalma
<i>Háztartásfő életkora (dummyvá alakítva)</i>	KOR24	24 éves vagy fiatalabb
	KOR2534	25-34 éves
	KOR3544	35-44 éves
	KOR4554	45-54 éves
	KOR5564	55-64 éves
	KOR65	65 éves vagy idősebb
<i>20 évnél fiatalabb eltartott gyermekek száma (dummyvá alakítva)</i>	GYER0	0 gyermekkel rendelkező háztartások
	GYER12	1 vagy 2 gyermekkel rendelkező háztartások
	GYER34	3 vagy 4 gyermekkel rendelkező háztartások
	GYER5	5 vagy több gyermekkel rendelkező háztartások
<i>Nettó jövedelem (kategoriálissá alakítva, NJOVKAT)</i>	1	1 239 995 Ft/fő alatti nettó jövedelem
	2	1 239 996 – 1 808 806 Ft/fő közötti nettó jövedelem
	3	1 808 807 – 2 395 600 Ft/fő közötti nettó jövedelem
	4	2 395 601 – 3 191 786 Ft/fő közötti nettó jövedelem
	5	3 191 787 Ft/fő feletti nettó jövedelem

Forrás: saját szerkesztés

Bizonyos nem folytonos, hanem kategoriális változókat újrakódoltunk és belőlük aggregáltabb kategóriákat alakítottunk ki. (9. táblázat)

9. táblázat: Az átalakított kategoriális változók új kategoriális változói

Eredeti kategoriális változó	Eredeti kategoriális változó kategóriái	Átalakított kategoriális változó rövidítése	Átalakított kategoriális változó tartalma	
<i>Háztartásfő iskolai végzettsége</i>	8 évfolyamnál kevesebb	ISK1	Szakiskolai képesítés vagy alacsonyabb	
	8-10 évfolyam			
	szakiskolai (szakmunkásképző iskolai) szakképesítést igazoló bizonyítvány			
	középfiskolai szakképesítést igazoló érettségi, képesítő bizonyítvány	gimnáziumi érettségi	ISK2	Érettségi, szakképesítés érettségi után
		középfiskolai végzettséget (érettségit) követő képzésben szakképesítést igazoló bizonyítvány		
		iskolai rendszerű felsőfokú szakképesítést igazoló bizonyítvány		
		főiskolai oklevél		
	egyetemi oklevél	ISK3	Egyetem, főiskola, PhD vagy DLA fokozat	
				doktori (PhD) vagy mester (DLA) fokozatot igazoló oklevél
<i>Háztartásfő gazdasági aktivitása</i>	teljes munkaidős alkalmazásban álló	ALKALM	alkalmazott	
	részmunkaidős alkalmazásban álló			
	alkalmi munkás, napszámos	VALLALK	vállalkozó	
	teljes munkaidős vállalkozó (vállalkozás tagja)			
	részmunkaidős vállalkozó	INAKT	munkanélküli, inaktív	
	munkanélküli			
	egyéb inaktív	NYUGD	nyugdíjas	
	saját jogú öregségi vagy özvegyi nyugdíjas			
	saját jogú rokkant nyugdíjas, járadékos	TANULO	nappali tagozaton tanul	
	nappali tagozaton tanul			
	segítő családtag	HAZTART	háztartásbeli	
	gyermekgondozási ellátáson van			
háztartásbeli, ill. családját látja el				

Forrás: saját szerkesztés

Az elemzések lefolytatása során végül a kezdetben használt magyarázó modellekben a háztartásfő gazdasági aktivitására vonatkozó változók szerepeltetésével a multikollinearitást ellenőrző VIF (Variance Inflation Factor) mutató értéke egy a szakirodalomban általánosan alkalmazott küszöbértéknél magasabb volt, azaz multikollinearitást jelzett. Mivel ez azt jelenti, hogy ezen változók hatásait már más egyéb változók tartalmazzák (pl. életkori változók, gyermekek számának változói) ezért ezek

szerepeltetése a modellben – amitől bár a becslések torzítatlanok, konzisztensek és hatásosak lesznek, de a regressziós együtthatók megváltoznak, ami együtt jár azok t-értékeinek csökkenésével és esetleges inszignifikanciájával (Ramanathan, 2003) – problémát okozhat. Ilyen megfontolásból ezen változókat tehát kiszűrtük a modellezésből, és a továbbiakban már ezek nélkül becsültük az eredményeket biztosító modelleket.

A modellben a vizsgálni kívánt urbanizáltsági fok, a vele együtt járó sajátos településtípusonként eltérő életforma, az eltérő társadalmi szerkezet és a nagyobb településtípusokon adódó nyilván valóan jelentősebb sportkínálat együttesen jelenik meg a településméret változó bevonásában, amely egyfajta indikátorként szolgált ezen szempontok számszerűsítéséhez, tekintettel arra, hogy azokra külön adatsorokat a HKF nem tartalmaz.

3.2.1.3. A 2008-as HKF-ben található minta összetétele

A Heckit-modellhez használt 2008-as HKF-beli minta összetételét 10. táblázat összefoglalóan mutatja be a korábban már említett ismérvek szerint, abszolút és relatív gyakorisági értékek alapján.

10. táblázat: A 2008-as évi HKF-ben felmért háztartások arányai a mintában

Ismérv		Gyakoriság (db)	Százalékos arány
Település típusa	Budapest	1 393	18,21%
	Megyei jogú városok	1 750	22,88%
	Többi város	2 102	27,48%
	Község	2 405	31,44%
Régiók	Közép-magyarországi	2 062	26,95%
	Közép-dunántúli	785	10,26%
	Nyugat-dunántúli	745	9,74%
	Dél-dunántúli	716	9,36%
	Észak-magyarországi	1 125	14,71%
	Észak-alföldi	1 044	13,65%
	Dél-alföldi	1 173	15,33%
Háztartásfő korcsoport kategóriái	24 éves vagy fiatalabb	104	1,36%
	25-34 éves	893	11,67%
	35-44 éves	1 411	18,44%
	45-54 éves	1 760	23,01%
	55-64 éves	1 824	23,84%
	65 éves és idősebb	1 658	21,67%
Háztartásfő iskolai végzettsége	Szakiszkolai szakképesítés vagy alacsonyabb	4 159	54,37%
	Érettségi, szakképesítés érettségi után	2 069	27,05%
	Egyetem, főiskola, PhD vagy DLA fokozat	1 422	18,59%
Háztartásfő gazdasági aktivitása	alkalmazott	3 539	46,26%
	vállalkozó	428	5,59%
	nyugdíjas	3 146	41,12%
	nappali tagozaton tanul	46	0,60%
	háztartásbeli	64	0,84%
	munkanélküli, inaktív	427	5,58%
A 20 évnél fiatalabb eltartott gyermekek	Nincs gyermek	5 020	65,62%
	1-2 gyermek van	2 230	29,15%
	3-4 gyermek van	364	4,76%
	5 vagy több gyermek van	36	0,47%
Háztartásfő neme	Férfi	5 217	68,20%
	Nő	2 433	31,80%

Forrás: saját szerkesztés

A gyakorisági értékek alapján megállapítható, hogy a háztartások legnagyobb számában a községekben találhatók, csaknem az összes harmada. A településméret növekedésével csökken a mintában szereplő háztartások aránya.

Regionális megoszlásukat tekintve a közép-magyarországi régió háztartásai szerepelnek a mintában legnagyobb arányban, a dunántúli régiók háztartásai pedig viszonylag kisebb arányt képviselnek.

A háztartásfő életkorát tekintve egészen kis mértékben találhatunk 24 éves vagy az alatti háztartásfőjű háztartásokat. Legnagyobb arányban a 45-54 és az 55-64 éves, valamint

a 65 évesnél idősebb korosztályok találhatók meg – amely összhangban van a magyar társadalom előregedő jellegével.

Az iskolai végzettséget tekintve nagy többségben vannak az alacsony végzettségűek (több, mint 50%), a legalább diplomával rendelkezők aránya pedig a legalacsonyabb.

A gazdasági aktivitás szerinti megoszlásban két kiemelkedően nagy részesedésű csoport van, az alkalmazotti és a nyugdíjas háztartásfőjű háztartások, mindkettő 40% feletti részaránnyal.

A gyermekek számát vizsgálva a nagyon nagy többségben a háztartásoknak nincsenek eltartott gyermekek (66%), a gyermekes háztartások közül pedig legnagyobb részarányt az 1-2 gyermekes háztartások képviselik.

A háztartásfő nemének vizsgálatakor megállapítható, hogy a háztartások feje kétharmad arányban férfi.

3.2.2. Eurostat adatbázis

A kutatásban a klaszteranalízishez használt adatokat az Európai Unió tagországainak – kivéve Németországot –, tagjelölt országainak, illetve Norvégiának az Eurostat által 2005-ben felvett adatai szolgáltatták, mivel a kutatás elkészítésének időpontjában ez volt az utolsó év, amelyben a háztartások kiadási struktúrájának (Household Budget Survey) felmérése egységesen európai szinten elkészült, és erre az évre rendelkezésre álltak az elemzésbe bevont további változók is. Ezen HKF-ekre ugyanazok az elvek érvényesek, mint a korábban már bemutatott 2008-as magyar HKF-re. Bár Németország gazdasági potenciálja miatt fontos szerepet töltene be az elemzésben, de a vizsgált évben nem állt rendelkezésre adat az ország sportcélú kiadásairól. Helyettesítése sem volt lehetséges valamelyik szomszédos év adatával, mivel a legközelebb rendelkezésre álló adat 1999-es volt, amely már túl távoli ahhoz, hogy felhasználható legyen.

Az elemzésbe az alábbi változók kerültek bevonásra:

- *Átlagos összes fogyasztási kiadás* egy felnőtt ekvivalensre vetítve vásárlóerő-paritáson mérve, amely hivatott a háztartások átlagos életszínvonalát reprezentálni;
- *Rekreációs- és sportszolgáltatások* átlagos fogyasztói kiadásai vásárlóerő-paritáson mérve (COICOP bontás szerint);
- *Sport-, kemping- szabadtéri tevékenységek felszereléseire* költött átlagos fogyasztói kiadások vásárlóerő-paritáson mérve (COICOP bontás szerint);

- *Gini-koefficiens*, amely változó a jövedelmek elosztásának egyenlőtlenségét hivatott reprezentálni. Értéke 0 és 1 között lehetséges, előbbit akkor veszi fel, ha nincsen szóródás a népességben a jövedelmek tekintetében, míg 1 értékű a mutató akkor, ha teljes a jövedelmek koncentrációja. Kiszámítása az alábbi formulával történik (Tóth, 2002):

$$G = \frac{1}{n} (n-1) \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |y_i - y_j| \quad (1)$$

(Macedónia esetében ez az adat nem állt rendelkezésre, így csak azokban a klaszter-eljárásokban voltak használhatók az ország adatai, amikor a Gini-koefficiens nem volt csoportképző ismérv);

- *Várható élettartam* az egy éven aluli népesség körében, amely az egyik leggyakrabban alkalmazott egészségi állapot általános mérésére szolgáló általános mutató.

3.3. A kutatásban felhasznált módszerek

3.3.1. Idősor-elemzés és a sportfogyasztás keresleti modellje

Az elemzés során mind a sportfogyasztási, mind a jövedelmi adatok ökonometriai eszközökkel lettek modellezve. A sportfogyasztás alakulásának és a jövedelmi helyzet alakulásának vizsgálata trendelemzéssel történt.

A trendelemzés során a harmadfokú trendfüggvény került alkalmazásra, mivel többféle modellspecifikáció során ez volt az a típus, amely legjobb illeszkedést mutatott az adatokra. A modellspecifikációk futtatásakor összehasonlításukra a többváltozós determinációs együttható (R^2) és az átlagos abszolút százalékos hiba (MAPE – Mean Absolute Percent Error) mutatók kerültek felhasználásra, ezek alapján a harmadfokú trend egyenlet bizonyult a legmegfelelőbbnek.

A regressziós modellben R^2 értéke az alábbi módon kerül számításra (Ramanathan, 2003):

$$R^2 = 1 - \frac{\sum \hat{u}_t^2}{\sum (Y_t - \bar{Y})^2} = 1 - \frac{ESS}{TSS} = \frac{RSS}{TSS} \quad (2)$$

ahol:

\hat{u}_t a regressziós modell t-edik elemének hibatagja;

Y_t a vizsgált változó t-edik megfigyelt értéke;

\bar{Y} a vizsgált változó várható értéke, átlaga;

ESS (Error Sum of Squares) a reziduumok négyzetösszege;

TSS (Total Sum of Squares) a teljes négyzetösszeg;

RSS (Regression Sum of Squares) a megmagyarázott szóródás.

R^2 értéke 0 és 1 közé eshet, annál jobbnak bizonyult a modell, minél magasabb értéket vett fel R^2 .

A másik modellszelekciós eszköz a MAPE mutató volt, amely a modell előrejelző képességét írja le a következő képlettel (Ramanathan, 2003):

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum 100 \frac{|Y_t - Y_t^f|}{Y_t} \quad (3)$$

ahol:

n a megfigyelt esetek száma;

Y_t^f a függő változó előrejelzése t-edik megfigyelésre.

Minél alacsonyabb MAPE értéke, annál jobb a modell előrejelző képessége.

A harmadfokú trend általános matematikai képlete az alábbi módon írható le:

$$y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \beta_3 t^2 + \beta_4 t^3 + u_t \quad (4)$$

ahol:

y a függő változó;

β -k a trendvonal időtényezőinek koefficiensei;

t , t^2 és t^3 pedig az időtényező első-, másod- ill. harmadfokú tagjai.

A trendegyenletek során felhasználtuk a D2000 dummy változót, ami az adatsorban a 2000-es évben bekövetkezett módszertani váltás hatását volt hivatott kiküszöbölni.

A sportfogyasztás keresletének jövedelem- és árszínvonal-függősége regressziós modellezéssel került mérésre, melynek során egy sportfogyasztás-keresleti modell kidolgozása is megtörtént, amelyben függő változóként logaritmizált formában jelent meg a sportfogyasztási kiadások értéke, míg magyarázó változóként a reálértékre átszámított nettó jövedelem, továbbá a sportcikk relatív árindexe került felhasználásra – mely azt mérte, hogy más fogyasztási cikkekhez képest a sportcikk árai relatíve olcsóbbá vagy drágábbá váltak-e. Ez utóbbi változó képzése a sportcikk árindexe és a teljes fogyasztói árindex hányadosaként történt.

A sportfogyasztás-keresleti modellben szereplő magyarázó változók koefficiensei egyben a loglineáris modellről lévén szó egyben a jövedelem és árrugalmassági értékeket

is szolgáltatják, amelyet azonban még tesztelni kellett, hogy ténylegesen szignifikánsan különböznek-e egytől. A tesztelés az alábbi képlettel történt:

$$t_0 = \frac{\hat{\beta} - 1}{s_{\hat{\beta}}} \quad (5)$$

ahol:

t_0 : t-érték, tesztstatisztika

$\hat{\beta}$: a megfigyelt változó eredeti koefficiense a loglineáris modellben;

$s_{\hat{\beta}}$: a megfigyelt változó eredeti sztenderd hibája a loglineáris modellben.

A számításokhoz a GRETl programcsomag 1.9.9-es verziója szolgált eszközzel.

3.3.2. Klaszteranalízis

A kutatás során klaszterelemzés alkalmazására került sor az Eurostat adatbázisból rendelkezésre álló, az életminőséget és a sportfogyasztási kiadásokat reprezentáló változók felhasználásával annak érdekében, hogy homogén csoportokat lehessen képezni az Európai Unió országaiból.

A klaszterképzés előtt az adatok standardizálása történt meg, hogy a különböző skálakon mért változók összehasonlíthatóvá váljanak, azaz az átlagnak az egyes megfigyelt értékekből történő kivonása utána a szórás történt osztás:

$$z_i = \frac{(x_i - \bar{x})}{s_x} \quad (6)$$

ahol:

z_i a standardizált értéke az egyes megfigyelt értékeknek;

x_i a megfigyelt érték;

\bar{x} a megfigyelt változó átlagértéke;

s_x a megfigyelt változó szórása.

Ezt követően ellenőrzésre került az egyes változók közötti korreláció mértéke, amely során a Pearson-féle korrelációs értékek kiszámítása az alábbi képlettel történt:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} \quad (7)$$

ahol:

x_i és y_i a két megfigyelt változó.

Ezt követően kiszűrésre kerültek a minta kiugró elemei (outlierek) az egyszerű lánc (Single Linkage) klasztermódszerrel, mivel ez a módszer érzékeny a kiugró értékekre (Tan-Steinbach-Kumar, 2005). A módszer távolságszámítása az alábbi képlet alapján történik: (Sajtos-Mitev, 2007):

$$D(R; P + Q) = 0,5 \{D(R, P) + D(R, Q) - |D(R, P) - D(R, Q)|\} \quad (8)$$

ahol:

$D(R; P + Q)$ a P és Q klaszterek összevonását követően egy újabb R klaszterhez képesti távolság;

$D(R, P)$ az R és P klaszter közötti távolság;

$D(R, Q)$ az R és Q klaszter közötti távolság;

Mivel változóink metrikus skálán mért adatok, ezért távolságmértéknek a négyzetes euklideszi távolság került alkalmazásra. Annál inkább hasonló két megfigyelési egység, minél kisebb ez a távolság. Képletben a négyzetre emelendő euklideszi távolság az alábbi módon fogalmazható meg (Jain et al., 1999, Sajtos-Mitev, 2007):

$$d_{i,j} = \left[\sum_{k=1}^d (x_{i,k} - x_{j,k})^2 \right]^{\frac{1}{2}} \quad (9)$$

ahol:

$d_{i,j}$ az i-edik és j-edik megfigyelési egység közötti távolság;

$x_{i,k}$ és $x_{j,k}$ a k változó értéke i és j megfigyelési egységek szerint ($j=1,2,\dots,j$).

A klaszterképzés módszerül a Ward-féle hierarchikus összevonó módszert lett kiválasztva, amely minden lépésben azt a két klasztert vonja össze, amelyeknél a klaszteren belüli szórásnégyzet növekedés a legkisebb. Ez a módszer kevésbé érzékeny a zajokra és a kiugró értékekre. (Tan-Steinbach-Kumar, 2005; Sajtos-Mitev, 2007) Az összevonó eljárás során az alábbi képlettel számítható ki a klaszterek közötti távolság: (Sajtos-Mitev, 2007)

$$D(R, P + Q) = \frac{1}{(NR + NP + NQ)} \times \{(NR + NP) \times D(R, P) + (NR + NQ) \times D(R, Q) - NR \times D(P, Q)\} \quad (10)$$

ahol:

NR a megfigyelési egységek száma az R klaszterben;

NP a megfigyelési egységek száma az P klaszterben;

NQ a megfigyelési egységek száma az Q klaszterben.

A klaszterek számának meghatározása során az összevonási tábla koeficiensei kerültek ábrázolásra, és amelyik összevonási lépésnél a vonaldiagram éles törést mutatott, ott megállapítást nyert a klaszterek ideális száma. Annak érdekében, hogy a klaszterbesorolás még robosztusabb legyen, a létrejött klaszterek középpontjaiból a nem hierarchikus K-közép eljárással lettek finomítva az eredmények, egyfajta finomhangolást végezve, mely eljárás előre meghatározott klaszterszámmal dolgozva a négyzetes hiba klaszterképzési elvet alkalmazza a következő képlet alapján: (Jain et al., 1999)

$$e^2 = \sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^{n_k} \|x_i^{(j)} - c_j\|^2 \quad (11)$$

ahol:

$x_i^{(j)}$ a j-edik klaszterhez tartozó i-edik elem;

c_j a j-edik klaszter középpontja.

A leírt módszerrel több klaszterképzési-eljárás lefolytatása megtörtént úgy, hogy mindig más változókészlet bevonására került sor, annak érdekében, hogy robosztus becslésekhez lehessen jutni az egymáshoz leginkább hasonló országokról. Ennek ellenőrzése céljából az összes eljárás során a létrejött klaszter-középpontok a teljes minta átlagától való távolsága került megvizsgálásra standardizált formában nem csak a klaszterképzési változókra vonatkozóan, hanem mind az öt elemzett változóra vonatkozóan, amennyiben a variancia-analízis során azok szignifikánsnak mutatkoztak. A klaszter-középpontok öt változó mentén való átlagos távolságainak összeadása után – a Gini-koeficiens esetében annak mínusz 1-szeresét véve, mivel értéke annál jobb, minél kisebb – és az így kapott átlagos távolsági összeg alapján kerültek rangsorolásra módszerenként az egyes klaszterek. Az a klaszter minősült a legkedvezőbbnek és kapta az egyes sorszámot, amely a legmagasabb távolsági összeggel rendelkezett. Az elemzésbe bevont változók alapján egy klaszter annál kedvezőbb helyzetűnek tekinthető:

- minél magasabb kiadásai vannak az alábbiak tekintetében: rekreációs- és sportszolgáltatások; sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései; átlagfogyasztás;
- minél alacsonyabb a Gini-koeficiens értéke;
- minél magasabb a születéskor várható élettartam.

Az összes klaszterezési eljárás után megtörtént a rangsorolási eljárás: az összes országhoz hozzárendelésre került az egyes eljárások során a saját klasztereik távolsági összege, majd ezek átlagolása után, minden ország esetében egy olyan érték adódott, amely

egyfajta átlagos klasztertagságot hivatott reprezentálni. Végül ezen értékek alapján egy újabb klaszterképzési eljárással – hasonló metodikával, mint a korábbiakban – homogén csoportok kialakítása következett az országokból, amelyek az öt elemzett változó alapján jöttek létre, egyfajta integrálásaként a korábbi eljárásoknak.

A klasztereljárás az SPSS 14.0 verziójával készült.

3.3.3. Heckit-modell

Amikor egyben kívánjuk vizsgálni a sportkiadások jelenlétét és azok nagyságát, akkor tulajdonképpen egy mintaszelekciós problémával szembesülünk, amely nem véletlenszerű szelekción alapul, hanem a fogyasztók tudatos döntése alapján történik meg. Heckman (1976) volt az, aki a szakirodalomban gyakran idézett modelljében a nem véletlenszerű szelektivitási problémát kezelve kétegyenletes modellel vizsgálta a nők munkaerő-piaci helyzetét. Első lépésben azt figyelte, hogy mekkora a különbség a nők ténylegesen a piacon realizált bére és rezervációs bérük³⁴ között. Ezt követően azt nézte meg, hogy mennyi munkaórát dolgoznak a nők. Utóbbi vizsgálat természetesen csak azok esetében történhetett meg, akiknél az előző egyenletben pozitív különbség adódott, azaz akik dolgoztak.

Heckman kétlépcsős modellje, a Heckit-modell egyszerre lehetővé teszi egy minőségi és egy mennyiségi döntés vizsgálatát. A kvalitatív döntés tulajdonképpen a költsérről való döntés (költeni vagy nem költeni) egy szelekciós egyenlet, míg a kvantitatív döntés akkor játszik szerepet, ha a költség mellett születik döntés, és ekkor arra vagyunk kíváncsiak, hogy mekkora a költség mértéke. A módszer lehetővé teszi a kétféle döntési folyamat külön-külön történő elemzését, szemben a klasszikus OLS-becsléssel. Ellentétben a modelltípus elődjének tekinthető Tobit-modellel ezt nem egy, hanem két külön egyenletben teszi meg.

A Heckit-modellben az első lépésben tulajdonképpen egy probit-modell felhasználásával kalkulálásra kerülnek a β_i^1 paraméterek, melyek felhasználhatók Mill inverz rátának vagy kockázati rátának a (λ_i) becsléséhez. Egy újabb OLS-becslés során a szelektált esetek második lépcsős becslő egyenletébe a λ_i is felvételre kerül, mivel nélküle inkonzisztens lenne a becslés. (Greene, 2003)

³⁴ Az a bérmennyiség, amely szükséges ahhoz, hogy a munkaerő-piacra kilépjenek.

A Heckit-modell futtatásához a GRETL 1.9.9-es verziójú szoftvere került felhasználásra. A marginális hatások és rugalmassági értékek kalkulálása a STATA 11.0-ás szoftverével történt.

3.3.3.1. Szelektivitási egyenlet

A kvalitatív döntés modellezése tulajdonképpen egy probit-modellt jelent, melyet követően minden egyes esetre megbecsülendő Mill inverz rátája. (Greene, 2003)

A modell mögött egy látens regressziós modell feltételezése húzódik meg. A látens regressziós modell tulajdonképpen annak modellezésére hivatott, hogy az egyén rendelkezésére álló két döntési alternatíva (y_i) (költeni a sportra [$y_i = 1$] vagy nem költeni a sportra [$y_i = 0$]) közötti választás során hogyan alakul az egyén hasznosságérzete. A döntési alternatívák mérlegelése során az egyén számba veszi a kétféle döntéssel elérhető hasznosságokat ($y_i = 1$ esetén U^a , ill. $y_i = 0$ esetén U^b). Az egyén annak megfelelően dönt, hogy melyik döntési alternatíva ad számára nagyobb hasznosságot. Ha $U^a > U^b$, akkor költ a sportra, ha $U^a < U^b$, akkor nem. Ugyanakkor ezek a hasznosságérzetek nem megfigyelhető értékek (y_i^*), ezért hívjuk látens változónak y_i^* -ot. Az egyén döntése során csupán a döntés kétértékű eredménye figyelhető meg, mely indikátor értéke $y_i = 1$, ha költ a sportra, és $y_i = 0$, ha nem. Azaz formálisan az alábbiakban írható fel a probléma (Greene, 2003):

$$U_i^a = \alpha_i^a + \sum_{j=1}^k \beta_j^a x_{ij}^l + \varepsilon_i^a \quad (12)$$

ami az „a” döntéssel, azaz a költéssel elérhető hasznosság, valamint

$$U_i^b = \alpha_i^b + \sum_{j=1}^k \beta_j^b x_{ij}^l + \varepsilon_i^b \quad (13)$$

ami a „b” döntéssel, azaz a nem költéssel elérhető hasznosság.

Ekkor $y_i^* = U_i^a - U_i^b$ azaz

$$y_i^* = \alpha_i^a + \sum_{j=1}^k \beta_j^a x_{ij}^l - \alpha_i^b - \sum_{j=1}^k \beta_j^b x_{ij}^l + \varepsilon_i^a - \varepsilon_i^b = \alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}^l + u_i \quad (14)$$

ami a két döntés hasznosságérzeteinek összevetéséből származó látens költési hajlandóság, mely nem figyelhető meg.

Legyen

$$y_i = \begin{cases} 1, & \text{ha } y_i^* > 0 \\ 0, & \text{ha } y_i^* \leq 0 \end{cases} \quad (15)$$

mely a megfigyelhető tényleges döntés eredménye.

A probit-modellek ezen látens regresszió alapulnak. Annak valószínűsége, hogy az adott megfigyelt egység rendelkezik a költséssel az alábbi:

$$P(y_i = 1) = P\left[u_i > -\left(\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}^l\right)\right] = 1 - F\left[-\left(\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}^l\right)\right] \quad (16)$$

ahol F az u eloszlásfüggvényét jelöli.

Ha u eloszlása szimmetrikus, akkor $1 - F(-Z) = F(Z)$, ezért igaz, hogy

$$P_i = F\left(\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}^l\right). \quad (17)$$

Az F függvény formája attól függ, hogy milyenek tételezzük fel az u hibatag eloszlását. Ha sztenderd normális eloszlású, akkor probit-modellről beszélünk, ebben az esetben

$$F(Z_i) = \int_{-\infty}^{Z_i/\sigma} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt. \quad (18)$$

A megfelelő valószínűségeket az alábbi likelihood-függvény maximalizálása adja meg, mivel y_i -k egy binomiális folyamat megvalósulásai.

$$L = \prod_{y_i=1} P_i \prod_{y_i=0} (1 - P_i). \quad (19)$$

A becslőfüggvény nem lineáris paramétereiben, így nem lineáris iteratív módszerrel történik a becslése.

3.3.3.2. Kvantitatív egyenlet

A második lépésben történik a kvantitatív döntés modellezése azokra az esetekre vonatkozóan, amelyeknél a kvalitatív döntés pozitívnak bizonyult, ezeket hívjuk szelektált eseteknek, mivel az eredeti mintából kizárásra kerültek a kiadással nem rendelkező esetek és a további becsléseket már csak a szelektált mintán kell elvégezni, továbbá a becslőfüggvényhez hozzá kell venni a korábban minden esetre kiszámított Mill inverz rátáját.

Legyen

$$w_i = \begin{cases} w_i^*, & \text{ha } y_i^* > 0 \\ 0, & \text{ha } y_i^* \leq 0 \end{cases} \quad (20)$$

mely a kiadások megfigyelhető értékei.

Ismét feltételezzük a lineáris kapcsolatot és a standard normális eloszlást a hibatag esetén, így az egyenlet az alábbiak szerint írható fel (a x_{ij}^1 nem feltétlenül egyezik meg x_{ij}^2 -vel):

$$w_i^* = \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + u_i^2 \quad (21)$$

Ugyanakkor a két lépés egyenlete között a Heckit-modell összefüggést feltételez, mely a hibatagok közötti kapcsolatban jelenik meg, melyek kétváltozós normáleloszlást követnek. Azaz $u_i^2 = \lambda_i u_i^1 + u_i^3$, ahol $u_i^1 \sim N(0,1)$ és $u_i^2 \sim N(0, \sigma^2)$. (Wodjao, 2007)

Így

$$\begin{aligned} E(w_i | x_{ij}^2, y_i = 1) &= E(w_i | y_i^* > 0) \\ &= E\left(\alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + u_i^2 \mid \alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1 + u_i^1 > 0\right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + E\left(u_i^2 \mid \alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1 + u_i^1 > 0\right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + E\left(u_i^2 \mid u_i^1 \geq -\sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1\right) \end{aligned} \quad (22)$$

Ha u_i^1 és u_i^2 függetlenek, akkor $E\left(u_i^2 \mid u_i^1 \geq -\sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1\right) = 0$ és az OLS regresszió

konzisztens becsléseket ad y_i -re.

Ha u_i^1 és u_i^2 korrelálnak, akkor az OLS becslés „cenzúrázatlan” adatokon inkonzisztens becslést ad β_j^2 -re, mivel a hibatag feltételes várható értéke kimarad a modellből. (Greene, 2003)

A standard normális eloszlást feltételezve a hibatagok közötti összefüggés egy sűrűség függvény (f) és egy eloszlás függvény (F) segítségével írható fel:

$$E\left(u_i^2 \mid u_i^1 \geq -\sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1\right) = \rho_{u_i^1 u_i^2} \sigma_{u_i^2} \lambda_i \left(\gamma_{u_i^1}\right) \quad (23)$$

ahol

$$\rho_{u_i^1 u_i^2} = \text{corr}(u_i^1, u_i^2), \quad (24)$$

$$\gamma_{u_i^1} = \frac{-\alpha_i^1 - \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}, \quad (25)$$

$$\lambda_i(\gamma_{u_i^1}) = \frac{f\left(\frac{-\alpha_i^1 - \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)}{1 - F\left(\frac{-\alpha_i^1 - \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)} = \frac{f\left(\frac{\alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)}{F\left(\frac{\alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)}. \quad (26)$$

Ezek alapján a második lépésben becsülendő w_i várható értéke az alábbi lesz:

$$\begin{aligned} E(w_i | x_{ij}^2, y_i = 1) &= E(w_i | y_i^* > 0) \\ &= E\left(\alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + u_i^2 \mid \alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1 + u_i^1 > 0\right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + E\left(u_i^2 \mid \alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1 + u_i^1 > 0\right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + E\left(u_i^2 \mid u_i^1 > -\alpha_i^1 - \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1\right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + \rho_{u_i^1 u_i^2} \sigma_{u_i^2} \left(\frac{f\left(\frac{\alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)}{F\left(\frac{\alpha_i^1 + \sum_{j=1}^k \beta_j^1 x_{ij}^1}{\sigma_{u_i^1}}\right)} \right) \\ &= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + \rho_{u_i^1 u_i^2} \sigma_{u_i^2} \lambda_i(\gamma_{u_i^1}) \end{aligned}$$

$$= \alpha_i^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + K_i \lambda_i \left(\gamma_{u_i^1} \right) \quad (27)$$

ahol Mill inverz rátájának becsült paramétere (κ) a hibatagok szórásából és korrelációjából adódik

$$K_i = \rho_{u_i^1 u_i^2} \sigma_{u_i^2} \cdot \quad (28)$$

Így ezt behelyettesítve kapható a második lépés egyenletébe:

$$w_i^* = \alpha_j^2 + \sum_{j=1}^k \beta_j^2 x_{ij}^2 + \kappa \lambda_i + u_i^3 \quad (29)$$

Amennyiben a szelektivitás nem gyakorol hatást a kiadások mértékére, akkor érvényesül a $H_0 : \kappa = 0$ nullhipotézis.

A második lépés OLS becslése torzítatlan és konzisztens becslést ad, mivel a szelektációs korrekció az egyenletben benne foglaltatik (Greene, 2003).

3.3.3.3. A Heckit-modell specifikálása

A Heckit-modell használata során, az x_{ij}^1 változók közül, melyek a szelektációs egyenletben szerepelnek, legalább egyet el kell hagyni a kvantitatív egyenlet becslésénél az x_{ij}^2 változók közül. (Sartori, 2003) Ugyanis amennyiben x_{ij}^1 és x_{ij}^2 változók teljesen megegyeznek, akkor a becslés eredményei kizárólag a hibatagok eloszlására vonatkozó feltételezésen, nem pedig a magyarázó változók eltérésein alapulnak. Ugyanakkor nem lehet megoldás az, hogy a második lépésben használatos magyarázó változók közé olyan változót felvétele történik meg, amely nem szerepel a szelektivitási egyenlet magyarázó változói között, mivel ez inkonzisztens becsléshez vezetne. (Woolridge, 2002) Így a szelektációs egyenlet változói közül a második lépésben kihagyott változót úgy kell megválasztani, hogy az olyan legyen, ami feltehetőleg csak a kvalitatív döntésben játszik szerepet, ugyanakkor a kvantitatív döntésre nincsen hatással. A választás a korábbi szakirodalmak és a kutatói intuíció alapján lehetséges, mivel igazán egzakt módszerek nincsenek ennek a problémának a megoldására.

A magyar viszonyokra vonatkozóan sportkiadásokra vonatkozó részletes ökonometriai modell nem készült még, ezért kiindulási pontul a nemzetközi szakirodalomban fellelhető kutatások szolgáltak. Ugyanakkor ezek között is túlsúlyban vannak azok, amelyek a Heckit-modellt nem a sportkiadások becslésére, inkább a sporttal töltött idő mértékére alkalmazták. Joggal feltételezhető, hogy a sporttal töltött idő

mennyiségét és a sportkiadások nagyságát sok esetben ugyanazok a tényezők határozzák meg, éppen ezért feltétlenül szükséges ezen kutatások áttekintése is.

Humphrey és Ruseski (2006) empirikus elemzésükben Heckit-modell felhasználásával az Amerikai Egyesült Államok háztartásai esetében vizsgálták a sportaktivitásbeli részvétel mértékét, számszerűsítve több szocio-ökonómiai, szezonális, egészségügyi és demográfiai változó hatását. Kutatásukban a sportbeli részvételt és az azzal töltött idő mennyiségét vizsgálva a szelekciós egyenlet magyarázóváltozói közül a háztartásban eltartott gyermekek számát, a szubjektív egészségi állapot mutatóit és azokat a dummy változókat hagyták el, amelyek arra vonatkoztak, hogy a háztartás melyik államban található.

Pawlowski (2009) a német háztartásstatisztikák alapján szintén Heckit-modell által kapott eredmények segítségével azonosította a háztartások kiadási szerkezetében a sportkiadások jelenlétének valószínűségét, valamint azok megléte esetén azonosította a sportkiadások mértékét meghatározó gazdasági, szociológiai és demográfiai változókat. Modelljei alapján háztartáscsoportonkénti specifikus kiadási különbségeket azonosított, valamint kiadási rugalmasságokat számszerűsített. Kutatásai során az egyes sportkiadástípusoktól függően eltérő változókat hagyott ki a különböző modellekből. Így a sportszolgáltatási kiadások esetében a háztartásfő legmagasabb iskolai végzettségének, sporteseményekhez és a fitnessz-szolgáltatásokhoz kapcsolódó kiadások esetében a háztartás települési méretének, sí-kiadások esetében az adatfelvétel negyedének, sportegyesületi tagsághoz kapcsolódó kiadások esetében a háztartásfő életkorának változóit hagyta ki a második lépésben.

Garcia et al. (2009) Spanyolországban végzett vizsgálataik során szintén két lépésben vizsgálták a sportolási szokásokat. Első lépésben probit-moddellel a sportban történő részvétel valószínűségét, második lépésben pedig a látszólag nem összefüggő regressziós modellel (Seemingly Unrelated Regression – SUR) a sportra fordított idő mértékét. Bár nem Heckit-moddellel dolgoztak, de hasonló metodikájuk miatt érdemes figyelembe venni, hogy vizsgálatukban a második lépésben az elsőhöz képest az urbanizáltság fokát, a régiókat és a képzettségi szintek magyarázó változóit hagyták ki.

Downward és Riordan (2007) kutatásukban a sportkeresletet a „személyes és szociális tőke” sportrészvételből származó hasznosságok akkumulációja felől közelítették meg. A sportaktivitásbeli részvételt gazdasági és szociális jellegű változókkal és a sportoláshoz kapcsolódó különböző változókkal magyarázták. Klaszteranalízisükkel a különböző szabadidő-eltöltési formákat kategorizálták aszerint, hogy melyek inkább szabadidős

tevékenységek, melyek rekreációs jellegű sporttevékenységek és melyek versenysport jellegűek. Ezen csoportokat a már említett változók alapján is jellemezték. Heckit-moddellal tesztelték a különböző tevékenységekben való részvétel gyakoriságát ugyanezen változók alapján. Kutatásukban azzal a feltételezéssel éltek, hogy nincsen ok bármely szelekciós egyenletben szereplő magyarázó változó elhagyására, így ők a magyarázó változók azonos kombinációjával becsülték a második lépés egyenletét. Ennek helyessége megkérdőjelezhető, ezért e tanulmányban nem ez a módszer került alkalmazásra. (Sartori, 2003)

A szakirodalomban megtalált magyarázó változókat összefoglalóan a 11. táblázat tartalmazza.

11. táblázat: A Heckit-modellt alkalmazó, a sportolás gyakoriságát, sportkiadások mértékét kutató korábbi kutatások összefoglaló táblázata

Magyarázó változó	Humphreys – Ruseski [2006]		Garcia et al. [2009]		Downward – Riordan [2007]		Pawlowski [2009]	
	Kvalit.	Kvantit.	Kvalit.	Kvantit.	Kvalit.	Kvantit.	Kvalit.	Kvantit.
<i>Nem</i>	+	+	Külön kezeli (+)	Külön kezeli (+)	+	//		
<i>Életkor</i>	+	+	+	+	+	//	//	//
<i>Életkor²</i>			+	+	//	//	//	//
<i>Egészségi állapot</i>	+	//	+	+		+		
<i>Családi állapot</i>	+	+	+	+			+	+
<i>Gyermekek száma</i>	+	//	+	+			+	+
<i>Negyedévek</i>	+	+	+	+			+	+
<i>Hét bizonyos nappjai</i>			-	+				
<i>Urbanizáltság foka</i>			+	//			+	+
<i>Régiók</i>			+	//	+	+	//	+
<i>Képzettségi szint</i>	+	+	+	//	+	//	//	//
<i>Jövedelem</i>	+	+	//	+	//	+	+	+
<i>Szelekciós egyenlet hatása</i>	//	+	//	- (fő) / + (nő)	//	+	//	+
<i>Többféle sportban részvétel</i>					+	+		
<i>Sport vagy egyéb klubtagság</i>					+	//		
<i>Hozzájárás gépjárműhöz</i>					+	+		
<i>Alkoholfogyasztás</i>					+	//		
<i>Sportbeli önkéntes munka</i>					+	//		
<i>Egyéb szabadidő önkéntes munka</i>					//	+		
<i>Nem fizetett de ledolgozott munkaórák száma</i>					//	+		
<i>Foglalkozás</i>	+	+			+	+	+	+
<i>Háztartás létszáma</i>							//	+
<i>Etnikum</i>	+	+						
<i>Több felnőtt férfi a háztartásban</i>					//	+		

+ jel: azok a változók, amelyek szignifikánsnak bizonyultak az adott egyenletben

// jel: azok a változók, amelyek nem voltak szignifikánsak az adott egyenletben, vagy kihagyásra kerültek a kvantitatív egyenletből

Forrás: saját szerkesztés

A szakirodalomban többféle megoldás is található a függő változók specifikálására is. Mivel az alább felsoroltak közül utóbbi kettő specifikáció nem általánosan elterjedt, tulajdonképpen egyedi esetek, ezért ezek használata elmaradt:

- Tekintettel arra, hogy a sportkiadási adatok nem normál eloszlást követnek, ezért a leggyakrabban alkalmazott megoldás azok természetes alapú logaritmizálása, és így történő szerepeltetése (Söderbom, 2009; Heckman, 1976; Wodjao, 2007; Baum, 2006; Mroz, 1987). A későbbiekben jelen tanulmányban is ez a fajta modellspecifikáció került alkalmazásra.
- Pawlowski (2009) modellezései során a sportkiadási adatok relatív nagyságát szerepeltette az összes háztartási kiadáshoz képest függő változóként.
- A harmadik fajta specifikációs megoldásként pedig a kiadási változó abszolút értékei is fellelhetőek. (Nicolau – Más, 2004).

3.3.3.4. A Heckit-modellből számított marginális hatások

A regressziós egyenletben kapott koefficiens értékek interpretálhatósága problémás abból adódóan, hogy a kvantitatív egyenletek tartalmazzák a szelekciós tagot – azaz Mill inverz rátája nem linearitást okoz a modellben – így a koefficiensnek nem interpretálhatók egyből a függő változóban bekövetkező százalékos vagy abszolút értékű változásként, mivel így torzított eredményeket adna – ráadásul tovább bonyolítja a helyzetet, ha a modell specifikációban a függő változó logaritmizált is.

A marginális hatások számszerűsítése lehetőséget ad annak megállapítására, hogy mennyivel nő a kiadások mértéke valamely háztartástípus esetében a referenciacsoporthoz képest. Tekintettel a modell specialitására a marginális hatások kiszámítása az alábbiak szerint történik:

A Heckit-modellben a magyarázó változók marginális hatása három részből adódik össze, melyek a következők (Sigelman – Zheng, 1999; Dow – Norton, 2003):

- a szelekciós egyenlet hatása a függő változó értékére (β_j^1);
- közvetlen hatás a kvantitatív egyenletből származóan a függő változó átlagértékére (β_j^2);
- közvetett hatás abban az esetben, amikor szelekciós egyenlet és a kvantitatív egyenlet között összefüggés található, azaz Mill inverz rátája szignifikáns.

Jelöljük $x_{ij}^{1,2}$ -vel azon magyarázó változókat melyek mindkét egyenlet magyarázó változói között szerepelnek – tehát a szelektivitási és a regressziós egyenletben is. A

marginális hatások kiszámítása eltérő módon történik a folytonos és a kétértékű dummy magyarázó változók esetében.

A folytonos változók esetében a (18)-as egyenletből adódóan az x_{ij}^{12} hatása w_i^* -ra (Hoffmann – Kassaouf, 2005):

$$\begin{aligned} \frac{\partial E(w_i^* | y_i^* > 0)}{\partial x_{ij}^{12}} &= \beta_j^{12} + \kappa \frac{\partial}{\partial \gamma_{u_i^l}} \left[\frac{f(\gamma_{u_i^l})}{1 - F(\gamma_{u_i^l})} \right] \frac{\partial \gamma_{u_i^l}}{\partial x_{ij}^{12}} \\ &= \beta_j^{12} + \kappa \frac{f'(\gamma_{u_i^l}) [1 - F(\gamma_{u_i^l})] + [f(\gamma_{u_i^l})]^2}{[1 - F(\gamma_{u_i^l})]^2} \left(-\frac{\beta_j^l}{\sigma_{u_i^l}} \right). \end{aligned} \quad (30)$$

Mivel $f'(\gamma_{u_i^l}) = -\gamma_{u_i^l} f(\gamma_{u_i^l})$, ezért

$$\begin{aligned} \frac{\partial E(w_i^* | y_i^* > 0)}{\partial x_{ij}^{12}} &= \beta_j^{12} \left\{ \left[\lambda_i(\gamma_{u_i^l}) \right]^2 - \gamma_{u_i^l} \lambda_i(\gamma_{u_i^l}) \right\} \left(-\frac{\beta_j^l}{\sigma_{u_i^l}} \right) \\ &= \beta_j^{12} - \frac{\beta_j^l}{\sigma_{u_i^l}} \kappa \lambda_i(\gamma_{u_i^l}) \left[\lambda_i(\gamma_{u_i^l}) - \gamma_{u_i^l} \right]. \end{aligned} \quad (31)$$

Figyelembe véve, hogy

$$\delta_i = \lambda_i(\gamma_{u_i^l}) \left[\lambda_i(\gamma_{u_i^l}) - \gamma_{u_i^l} \right]. \quad (32)$$

Így a (20)-as egyenletből következően az x_{ij}^{12} változó marginális hatása a w_i^* feltételes várható értékére:

$$\frac{\partial E(w_i^* | y_i^* > 0)}{\partial x_{ij}^{12}} = \beta_j^{12} - \frac{\beta_j^l}{\sigma_{u_i^l}} \kappa \delta_i. \quad (33)$$

Amennyiben egy x_{ij}^{12} kétértékű dummy változó marginális hatását akarjuk számszerűsíteni, akkor legyen $\bar{z}_{(0)}$ a szelektivitási egyenlet magyarázó változóinak vektora, ahol x_{ij}^{12} nulla értékű, míg a több változó átlagértékkel szerepel, továbbá legyen $\bar{z}_{(1)}$ ugyanez a vektor, ahol viszont x_{ij}^{12} eggyel egyenlő. Ekkor a (18)-as egyenlet alapján a

feltételes marginális hatás, amikor x_{ij}^{I2} értéke nulláról egyre változik (Hoffmann – Kassaouf, 2005):

$$E(\Delta w_i^* | y_i^* > 0) = \beta_j^{I2} + \kappa \Delta \lambda. \quad (34)$$

Az átlagértékre gyakorolt marginális hatás kiszámításakor az alábbi formulát használjuk:

$$\Delta \lambda = \frac{f\left(\beta_j^{I'} \bar{z}_{(1)} / \sigma_{u_i^I}\right)}{F\left(\beta_j^{I'} \bar{z}_{(1)} / \sigma_{u_i^I}\right)} - \frac{f\left(\beta_j^{I'} \bar{z}_{(0)} / \sigma_{u_i^I}\right)}{F\left(\beta_j^{I'} \bar{z}_{(0)} / \sigma_{u_i^I}\right)}. \quad (35)$$

Ha a Heckit-modell függő változója logaritmizált, akkor a feltételes marginális hatás relatív változást fog jelenteni (Hoffmann – Kassaouf, 2005). Ha c a feltételes marginális hatás becült értéke, akkor az x_{ij}^{I2} magyarázó változóban bekövetkező egységnyi változás $[\exp(c) - 1] / 100$ becült százalékos változást jelent a függő változóban.

3.3.4. Logit-modell és a belőle számított esélyhányados

A Heckit-modell szelektivitási egyenletében alkalmazott probit-modell segítségével lehetővé válik a költség melletti döntést befolyásoló tényezők értékelése. Viszont további plusz információt szolgáltathatnak az esélyhányadosok, amelyek meghatározzák, hogy a bizonyos jellemzővel rendelkező háztartástípusok mekkora eséllyel döntenek a kiadások mellett a referenciacsoporthoz képest. Ezek kiszámítása a probit-moddellel szinte teljesen megegyező bináris logit-modell segítségével történik. Az egyetlen különbség a két fajta függvény között az, hogy az u_i hibtagot másképpen specifikálják.

Az F függvény formája attól függ, hogy milyennek tételezzük fel az u_i hibtag eloszlását. Ha sztenderd normális eloszlású, akkor probit-modellről beszélünk, ebben az esetben

$$F(Z_i) = \int_{-\infty}^{Z_i/\sigma} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{t^2}{2}\right) dt. \quad (36)$$

Ha az u_i hibtag eloszlása logisztikus, akkor bináris logit-modellről van szó:

$$F(Z_i) = \frac{\exp(Z_i)}{1 + \exp(Z_i)}, \quad (37)$$

tehát

$$\log \frac{F(Z_i)}{1 + F(Z_i)} = Z_i. \quad (38)$$

A (32)-es regressziós egyenlet bal oldala tulajdonképpen az esély logaritmusa, viszont valójában az $y_i = 1$ esemény bekövetkezésének esélye, illetve valószínűségi értéke az érdekes.

Ekkor az előző egyenletből az esély becslése az alábbiak szerint adódik (Székelyi-Barna, 2005):

$$\frac{P(y_i = 1)}{1 - P(y_i = 1)} = e^{\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}}. \quad (39)$$

Ekkor a $P(y_i = 1)$ felírható a következőképpen:

$$P(y_i = 1) = \frac{\frac{P(y_i = 1)}{1 - P(y_i = 1)}}{1 + \frac{P(y_i = 1)}{1 - P(y_i = 1)}}, \quad (40)$$

ahol $\frac{P(y_i = 1)}{1 - P(y_i = 1)}$ maga az esély, amit már sikerült a regressziós együtthatókkal kifejezni.

Tehát a $P(y_i = 1)$, azaz, hogy a háztartás költ sportra az alábbi hányadossal fejezhető ki:

$$P(y_i = 1) = \frac{e^{\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}}}{1 + e^{\alpha_i + \sum_{j=1}^k \beta_j x_{ij}}}. \quad (41)$$

Jelentős eltérés a két modell típus eredményeiben a gyakorlati tapasztalatok szerint nem található. Ennek alátámasztására azonban mindenképpen célszerű futtatni külön-külön mindkét modell-specifikációt. Ugyanakkor a kétféle modell becsült koefficiens-értékei közvetlenül nem hasonlíthatók össze. A bináris logit-modellből származó becsléseket $\sqrt{3}/\pi$ -vel kell megszorozni, hogy a probit-moddellel összevethetők legyenek. Amemiya (1981) javaslata alapján az $1/1,6 = 0,625$ -tel történő szorzás megfelelőbb transzformáció.

A két modell típus egyezőségének összehasonlítása során az illeszkedés jószágának mérésére a McFadden-féle R^2 mutatót, az R^2 -et (mint az előrejelzések helyes részarányát jelző mutató), és a helyesen előre jelzett esetek aránya került felhasználásra.

A modell futtatása és az esélyhányadosok kalkulációja az SPSS 14.0-ás verziójú szoftverével történt.

4. Eredmények

4.1. Idősoros elemzés a rendszerváltást követően a magyar lakosság sportkiadásaira³⁵

Az 1992 és 2010 közötti időszakban idősoros elemzéssel történt meg a „sportszerek és kempingcikkék” kiadási tételének (továbbiakban sportfogyasztás) vizsgálata.

Elsőként a sportfogyasztási adatok, majd a jövedelmi adatok időbeli alakulásának vizsgálatára került sor. Ezt követően külön elemzés tárgya volt a sportfogyasztási árszínvonal alakulása, majd mindezek egy modellben kapcsolódtak össze, kialakítva ezzel a sportfogyasztás-keresleti modellt.

4.1.1. A sportfogyasztás, a jövedelmek és a relatív árszínvonal trendje

A sportfogyasztási adatokra több trendmodell illeszthető, amelyek közül a legmegfelelőbb – az illeszkedés jósága, a paraméterbecslések megbízhatósága és a modellszelekciós kritériumok alapján – a harmadfokú modell volt. Ennek trendfüggvényét a 19. ábra mutatja be. A harmadfokú függvény hullám alakot vesz fel, mely azonban jelen esetben megtörik a 2000-es évnél. Ezért a modellbe egy D2000-es átváltozó került felvételre – amelynek értéke a 2000 előtti évekre 0, a 2000-es és ezt követő évekre 1. Bár a KSH tájékoztatása szerint a sportfogyasztási tétel mérésének módszertana megegyezik 2000 előtt és után, ugyanakkor a törés miatt mégis valamilyen fajta módszertani különbséget sejtethető. Jól látható, hogy 1992-től kezdve a függvény 1997-ig csökken, majd lassú emelkedés veszi kezdetét 1999-ig, melyet követően egy törés tapasztalható a 2000-es évben. Ezután a trend ismét felfelé ívelő tendenciát mutat, ráadásul növekvő ütemben, amely végül egy lassuló ütemű növekedéssel zárul. A modell jellemzőit a 12. táblázat foglalja össze, mely szerint az egyes változók 1%-os szignifikancia szint mellett is szignifikánsak, továbbá a trendvonal jó illeszkedést mutat (magas R^2 érték). A modell jóságának ellenőrzésére kiszámolt MAPE mutató (mean average percentage error – átlagos százalékos abszolút hiba) megmutatja, hogy a felállított modellel kiszámolt, illesztett értékek átlagosan hány százalékkal térnek el a tényleges, aktuális értékektől. A modell egyenlete a következőképpen néz ki:

³⁵ A disszertáció jelen alfejezetének korábbi formája a Periodica Politechnica Social and Management Sciences c. folyóirat 19/1. (2011) számában jelent meg „The Income and Price Dependency of the Hungarian Sport Goods Consumption” címmel.

$$\text{sport_real} = 437,866 - 94,932 \text{ ev} + 11,2781 \text{ ev}^2 - 0,3119 \text{ ev}^3 - 188,438 \text{ D2000} \quad (42)$$

ahol:

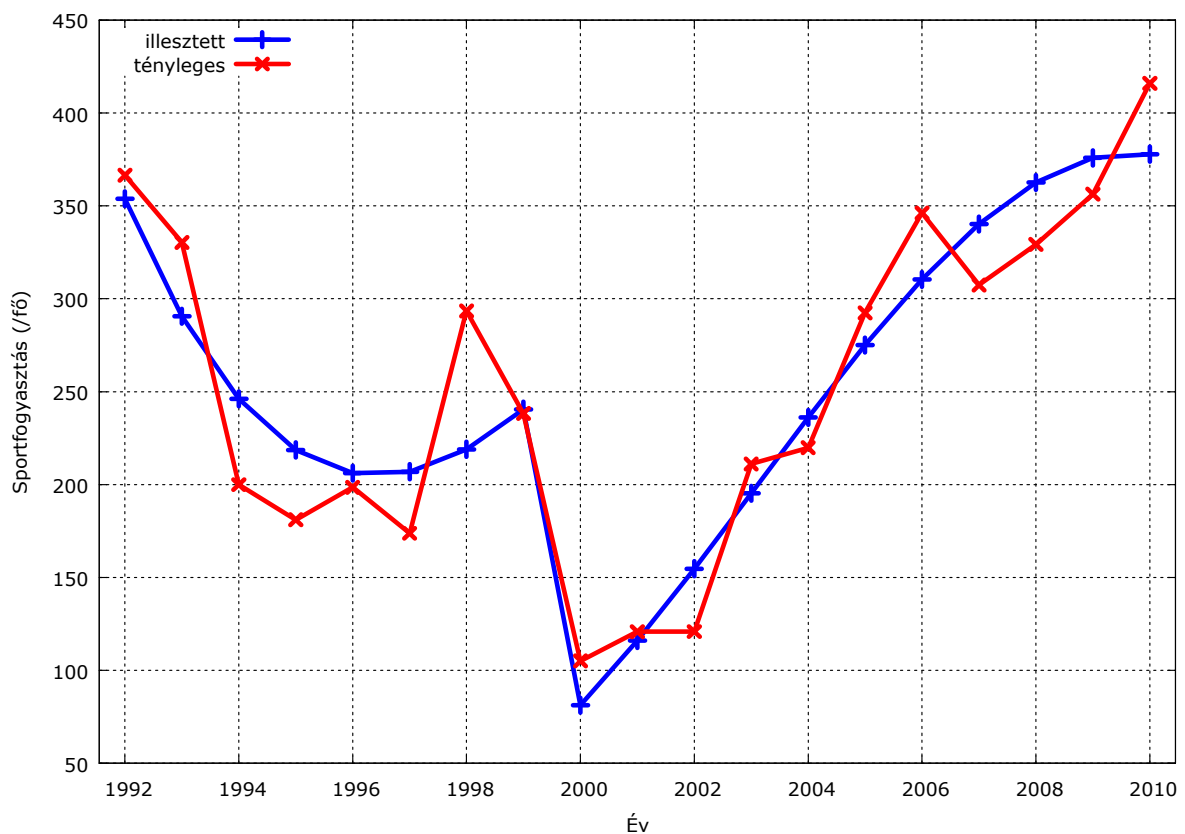
sport_real: a reáliában mért sportfogyasztás forintban

ev: t-edik év

ev^2 : t-edik év négyzete

ev^3 : t-edik év harmadik hatványa

D2000: a 2000-es évet és az azt követő időszakot figyelembe vevő átváltozó.



19. ábra: A reáliában mért sportfogyasztás trendje (1992-2010)

Forrás: saját szerkesztés

12. Táblázat: A sportfogyasztás harmadfokú modelljének becslése

<i>Változó</i>	<i>Koefficiens</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>t-érték</i>	<i>p-érték</i>	
const	437,866	42,905	10,2055	<0,00001	***
ev	-94,932	18,9715	-5,0039	0,00019	***
ev2	11,2781	2,46995	4,5661	0,00044	***
ev3	-0,311892	0,0843966	-3,6956	0,00240	***
D2000	-188,438	44,7397	-4,2119	0,00087	***
F-érték (4,14) = 23,6305 (p-érték = 0,000422)					
R²-érték = 0,871					
MAPE = 12,1%					

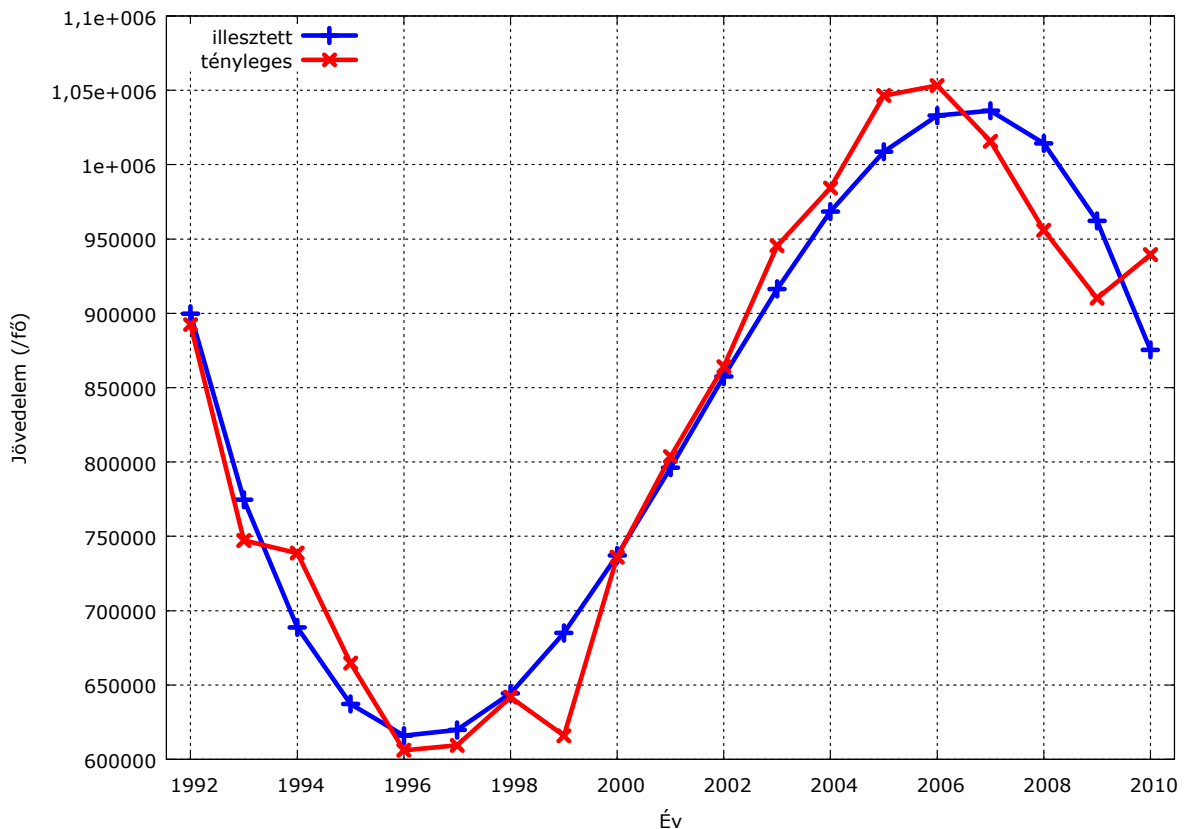
Forrás: saját szerkesztés

Ezt követően hasonló trendelemzés elvégzésére került sor az 1992-2010 közötti jövedelmi adatokra is, melynek eredményeként ebben az esetben is a harmadfokú modell bizonyult a legjobbnak – szintén a már említett szempontok alapján. Természetesen a függvényspecifikációból adódóan ezúttal is hullám alakú trendvonalat jött létre (20. ábra) A modell adatait a 13. táblázat foglalja össze. Hasonlóan az előző modellhez, itt is 1%-os szignifikancia szint mellett szignifikánsak az egyes változók, továbbá a trendvonal jó illeszkedést mutat (magas R² érték). A modell a következőképpen néz ki:

$$\mathbf{joy_real} = 1,06878 \times 10^6 - 192365 \mathbf{ev} + 24201,1 \mathbf{ev}^2 - 769,066 \mathbf{ev}^3 \quad (43)$$

ahol:

- joy_real: a reáliában mért nettó reáljövedelem forintban
 ev: t-edik év
 ev²: t-edik év négyzete
 ev³: t-edik év harmadik hatványa.



20. ábra: A nettó reáljövedelmek trendje (1992-2010)

Forrás: saját szerkesztés

13. Táblázat: A reáljövedelmek harmadfokú modelljének becslése

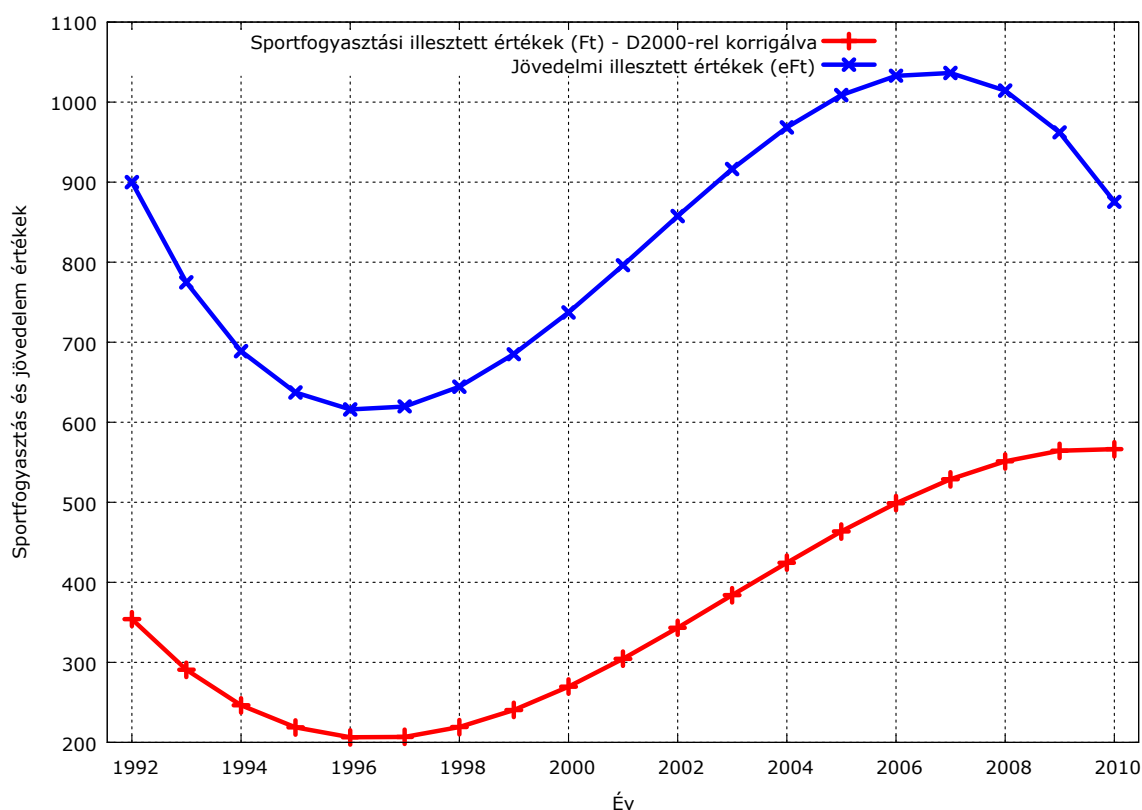
Változó	Koefficiens	Sztenderd hiba	t-érték	p-érték	
const	1,06878e+06	44096,2	24,2375	<0,00001	***
ev	-192365	18605,9	-10,3390	<0,00001	***
ev ²	24201,1	2132,95	11,3463	<0,00001	***
ev ³	-769,066	70,2211	-10,9521	<0,00001	***
F-érték (3,15) = 91,8238 (p-érték < 0,00001)					
R²-érték = 0,99484					
MAPE = 3,3179%					

Forrás: saját szerkesztés

A két trend nagyon hasonló alakot ölt, annak ellenére, hogy a D2000-es álváltozó megjelenik a sportfogyasztási trendmodellben. Ezért a két trend egymás melletti ábrázolása egy koordináta-rendszerben szükséges volt, mivel az illesztett adatok azt sugallják, hogy a két trend együtt mozog. Az illesztett sportfogyasztás (korrigálva a D2000-es változóval) és az illesztett jövedelmi adatok kiszámítására került ezt követően sor, majd ezek közös ábrázolására – az ábrázolhatóság érdekében a jövedelmi adatok ezer forintban szerepelnek

a koordináta rendszerben (21. ábra). Egyértelműen látszik, hogy a két trend erőteljesen együtt mozog.

Mivel látványosan hasonló trendet követ mind a sportfogyasztás, mind a jövedelmek alakulása, ezért kézenfekvő annak becslése, hogy a sportfogyasztás alakulására mekkora hatása van a jövedelmeknek.



21. ábra: A reálsportfogyasztás és a nettó reáljövedelmi trendek

Forrás: saját szerkesztés

Ezt megelőzően azonban – mivel a sportfogyasztás-keresleti modellben az árak hatását is kívánatos volt szerepeltetni, ezért vizsgálat alá került az árszínvonal alakulása is a kérdéses időszakban.

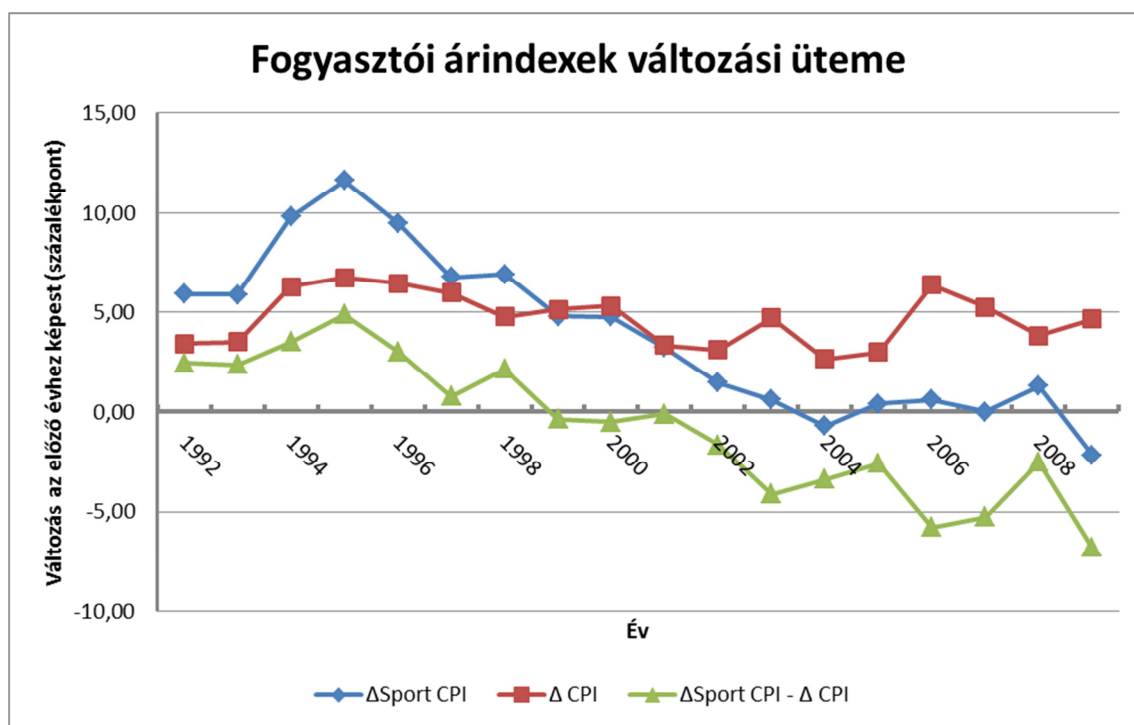
A továbbiakban a sportfogyasztási cikkek fogyasztói árindexének, valamint az összesített fogyasztói árindex alakulásának összehasonlítása történt meg. (14. táblázat) (A bázis év mindkét esetben 2010 volt.) Jól látható, hogy 1992 és 1999 között a sportfogyasztási cikkek relatíve drágábbá váltak minden évben az összes fogyasztáshoz képest, mert árszínvonaluk nagyobb növekedést mutatott százalékpontokban kifejezve, mint az összes fogyasztási cikknek együttvéve. Ugyanakkor ez a relatíve drágulás egyre kisebb mértékű volt, mígnem 2000 után a sportfogyasztás árszínvonalának növekedési

üteme az összesített fogyasztói kosár árszínvonalának növekedési üteme alatt maradt, azaz relatíve olcsóbbá váltak a sportfogyasztási cikkek. Ha trendvonalat illesztenénk a két fogyasztói árindex különbségét reprezentáló adatsorra, akkor az negatív meredekségű lineáris egyenes lenne. (22. ábra)

14. Táblázat: A sportfogyasztási cikkek és az összesített fogyasztói kosár árindexeinek alakulása

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Δsp_cpi	5,93	5,90	9,80	11,64	9,49	6,76	6,93	4,80	4,79
$\Delta\text{össz_cpi}$	3,45	3,53	6,29	6,74	6,46	5,98	4,78	5,15	5,31
$\Delta sp_cpi - \Delta\text{össz_cpi}$	2,48	2,37	3,52	4,89	3,03	0,79	2,15	-0,35	-0,51
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Δsp_cpi	3,24	1,48	0,60	-0,70	0,40	0,60	0,00	1,31	-2,15
$\Delta\text{össz_cpi}$	3,34	3,12	4,72	2,67	3,00	6,39	5,26	3,84	4,67
$\Delta sp_cpi - \Delta\text{össz_cpi}$	-0,10	-1,64	-4,12	-3,37	-2,60	-5,79	-5,26	-2,53	-6,82

Forrás: saját szerkesztés



22. ábra: A sportfogyasztási cikkek és az összesített fogyasztói kosár árindexeinek alakulása és különbségük

Forrás: saját szerkesztés

Ugyanezt a tendencia figyelhető meg akkor, mikor a sportfogyasztási cikkek árindexnek változását az összesített fogyasztói kosár árszínvonalának változásához mérjük,

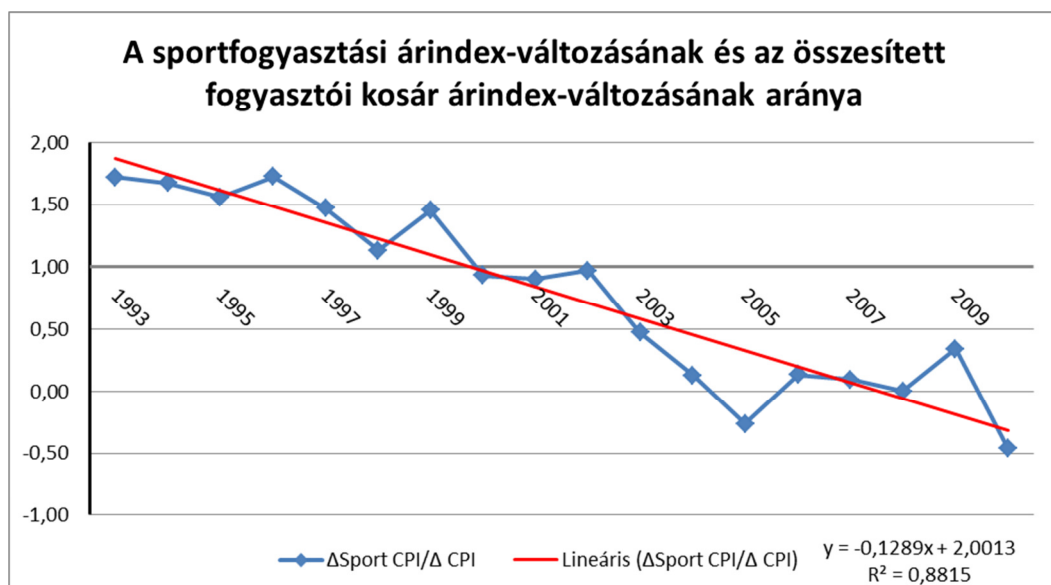
és ennek a hányadosnak az időbeli alakulását vizsgáljuk. Mivel a sportfogyasztási cikkek kezdetben relatíve drágábbá váltak, ezért a hányados értéke 1999-ig nagyobb volt, mint egy, azonban ezt követően relatíve olcsóbbá vált a sportfogyasztás és a vizsgált időszak végéig ettől kezdve 1 alatt maradt az érték. (15. táblázat)

15. Táblázat: A sportfogyasztási cikkek relatív árváltozása az összesített fogyasztói kosárhoz viszonyítva

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
A sportfogyasztási cikkek relatív árváltozása az összesített kosárhoz viszonyítva		1,72	1,67	1,56	1,73	1,47	1,13	1,45	1,13	1,45
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A sportfogyasztási cikkek relatív árváltozása az összesített kosárhoz viszonyítva	0,93	0,90	0,47	0,13	-0,26	0,13	0,09	0,00	0,34	-0,46

Forrás: saját szerkesztés

A sportfogyasztási cikkek relatív árának változási ütemét vizsgálva és arra lineáris trendet illesztve egy állandó ütemű csökkenés figyelhető meg. (23. ábra) Ez alátámasztja azt, hogy lineárisan közelíthető a sportfogyasztási cikkek árindexének növekedési üteme és az összesített fogyasztói árindex növekedési ütemének hányadosa.



23. ábra: A sportfogyasztási cikkek relatív árának csökkenési üteme (%)

Forrás: saját szerkesztés

További elemzések során a rugalmasságok modellezésének vizsgálata következik, ami egy folytonos függvény parciális rugalmassági adatait eredményezte.

4.1.2. Sportfogyasztás-keresleti idősoros modell

Külön-külön megvizsgálva egy felállítandó sportfogyasztás-keresleti modellt felépítő változók időbeli lefutását, ezek felhasználásával megalkotható az a regressziós modell, amely a sportfogyasztás alakulását a jövedelmi és az árviszonyok alakulásával magyarázza. A regressziós modell építésekor a D2000-es változót a korábbi trendelemzési modellhez hasonlóan lehet felhasználni. Mivel az ökonometriában általánosan elfogadott, hogy a keresleti függvényeket log-log (loglineáris) függvényformával modellezik, ezért jelen esetben is ez került alkalmazásra. A modellspecifikáció előnye, hogy a parciális rugalmassági adatok további számítások nélkül leolvashatók belőle, mivel az egyes változókhoz tartozó rugalmassági értékek megegyeznek a változók koefficienseinek értékeivel. (Ramanathan, 2003) Így a modellben a magyarázó és a magyarázott változók is logaritmizált formában szerepelnek, kivéve a D2000 álváltozót. (44. egyenlet)

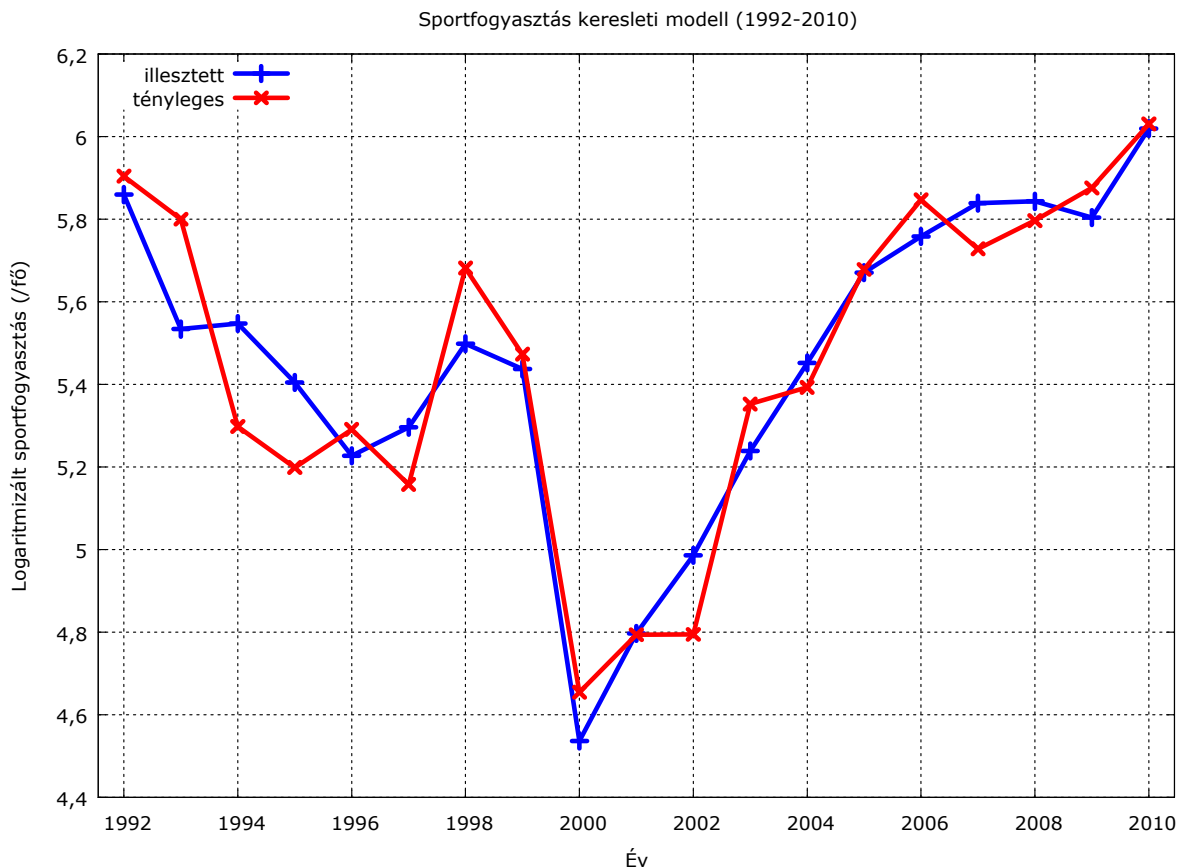
Ennek megfelelően a sportfogyasztási cikkek keresleti modelljének egyenlete a következő:

$$\ln(\text{sport_real}) = -20,9142 + 2,05675 \ln(\text{joy_real}) - 2,1825 \ln(\text{h_spcpi10_cpi10}) - 1,35245 \text{ D2000} \quad (44)$$

ahol:

sport_real:	a reáliában mért sportfogyasztás forintban
joy_real:	a reáliában mért nettó jövedelem forintban
h_spcpi10_cpi10:	a sportfogyasztási cikkek árindexének és az összesített fogyasztói kosár árindexének hányadosa, a sportfogyasztási cikkek relatív ára 2010-es bázisúval számítottan
D2000:	a 2000-es évet és az azt követő időszakot figyelembe vevő álváltozó.

A keresleti modell jó illeszkedésűnek mondható, a sportfogyasztás alakulását 89%-ban magyarázza. A modell MAPE értéke (2,04%) szintén nagyon jónak mondható. (16. táblázat) A modell időbeli alakulását a 24. ábra szemlélteti.



24. ábra: A sportfogyasztási keresleti log-log modell illeszkedésének grafikonja
 Forrás: saját szerkesztés

16. Táblázat: A sportfogyasztás log-log keresleti modellje (1992-2010)

<i>Változó</i>	<i>Koefficiens</i>	<i>Sztenderd hiba</i>	<i>t-érték</i>	<i>p-érték</i>	
const	-20,9142	4,07195	-5,1362	0,00012	***
D2000	-1,35245	0,138663	-9,7534	<0,00001	***
l_jov_real	2,05675	0,300546	6,8434	<0,00001	***
l_h_spcpi07_cpi	-2,1825	0,299121	-7,2964	<0,00001	***
F-érték (3,15) = 40,56762 (p-érték < 0,00001)					
R²-érték = 0,890273					
MAPE = 2,0416%					

Forrás: saját szerkesztés

A modellben 1%-os szinten szignifikánsnak bizonyult mindegyik magyarázó változó. A D2000 változó ismét megfelelően képviselte a módszertani áttéréstől eredő csökkenést (negatív előjel). A jövedelmi változó pozitív előjelű, azaz a jövedelmek növekedése hatására a sportfogyasztás is növekszik. Ugyanakkor ebben a modellben az árakat reprezentáló magyarázó változó előjele negatív, ami annyit jelent, hogy a sportfogyasztási cikkek relatív megdrágulására a fogyasztási oldal csökkenéssel reagál.

Ezután a modell rugalmassági értékeinek tesztelése következett, azaz annak vizsgálata, hogy a parciális rugalmassági értékek szignifikánsan különböznek-e egytől. (17. táblázat) A nulla értéktől való különbözőséget értelemszerűen nem kellett tesztelni, mivel az árrugalmassági érték a modell szerint abszolút értékben még kettőnél is nagyobb.

17. Táblázat: A módosított modell parciális rugalmassági értékeinek tesztelése

Rugalmasság	Érték	t-érték	p-érték	
Jövedelem	2,05675	3,5161	0,00312	**
Ár	-2,1825	3,9532	0,00128	**

Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények alapján megállapítható, hogy mind a jövedelmek, mind az árak esetében mindegyik érték abszolút értékben nagyobb, mint egy, azaz a sportfogyasztás jövedelem- és árrugalmas a modell szerint. Ugyanakkor az árrugalmassági értékek esetében ezúttal az előjel negatív, ami igazolja a közgazdasági feltételezést, hogy az árak emelkedésének hatására a sportfogyasztás mértéke csökken.

A rugalmassági értékek tesztelését követően tehát elmondható, hogy a sportfogyasztás 2,06%-kal nő 1%-os nettó jövedelemnövekedés hatására – azaz mivel 1%-osnál nagyobb növekedési értéket mutat a rugalmassági együttható, ezért mikrogazdasági értelemben a sportfogyasztást illetően luxusjóságról beszélhetünk. Továbbá hasonlóan a jövedelemrugalmassághoz, az árak 1%-os változásának hatására a sportfogyasztás iránti kereslet 2,18%-kal változik – azaz a sportfogyasztás árrugalmas –, igaz ezúttal ellentétes irányban, azaz az árnövekedés keresletcsökkenést eredményez. Ez egyáltalán nem meglepő, ha arra gondolunk, hogy a magyar lakosság alapvetően nagyon árérzékeny.

4.1.3. A H1 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése

Eredményeink alapján a H1a hipotézis elfogadható, hiszen a trendelemzés során a sportfogyasztás és a jövedelmek trendje azonos lefutást követtek, a hipotézisben megfogalmazott hullámváltozás megfigyelhető volt, azaz a kezdeti csökkenést mindkét esetben egy emelkedő szakasz váltotta fel, amely az vizsgált időszak végén ismét csökkenésbe fordult át.

A H1b hipotézis semmiképp nem fogadható el, ugyanis a fenti vizsgálatok alapján a sportfogyasztás mikroökonómiai értelemben nem normál-, hanem luxusjóságnak minősíthető, mivel a jövedelemrugalmassága nagyobb, mint egy.

A H1c hipotézist szintén el kell utasítani, mivel bár a negatív árugalmassági feltétel teljesül, azonban annak mértéke nem egységnyi, hanem hasonlóan a jövedelemrugalmassághoz kettő feletti értékű.

4.2. Klaszteranalízis³⁶

A kezdeti klaszterezési eljárások során az alábbi dimenziók mentén, az alábbi változókészletekkel kerültek kialakításra a klaszterek – melyek mindegyike a varianciaanalízis során szignifikáns klaszterképző változónak minősült. (18. táblázat)

18. táblázat: A különböző klasztereljárások során felhasznált változók

1. és 2. módszer	3. módszer	4. módszer	5. módszer	6. módszer
<i>Sport-, kemping-szabadtéri tevékenységek felszereléseinek kiadásai</i>	<i>Rekreációs- és sportszolgáltatások kiadásai</i>	<i>Sport-, kemping-szabadtéri tevékenységek felszereléseinek kiadásai</i>	<i>Rekreációs- és sportszolgáltatások kiadásai</i>	<i>Sport-, kemping-szabadtéri tevékenységek felszereléseinek kiadásai</i>
<i>Átlagos összes fogyasztási kiadás</i>	<i>Átlagos összes fogyasztási kiadás</i>	<i>Átlagos összes fogyasztási kiadás</i>	<i>Átlagos összes fogyasztási kiadás</i>	<i>Rekreációs- és sportszolgáltatások kiadásai</i>
		<i>Gini-koefficiens</i>	<i>Gini-koefficiens</i>	<i>Átlagos összes fogyasztási kiadás</i>
		<i>Várható élettartam</i>	<i>Várható élettartam</i>	<i>Gini-koefficiens</i>
				<i>Várható élettartam</i>

Forrás: saját szerkesztés

A klasztereljárások lefuttatása előtt szükséges volt annak ellenőrzése, hogy egyáltalán az egyes változókat szabad-e bevonni az eljárásokba. Ennek ellenőrzése a Pearson-féle korrelációs együttható páronkénti kiszámításával történt meg.

A korrelációs értékek alapján megállapítható, hogy a klaszterelemzés folyamatába bevonható mindegyik változó, ugyanis egyik között sincsen olyan mértékű korreláció (0,9 feletti), amely túlzottan magas értéke miatt valamelyik változó kizárását követelné meg. (Sajtos-Mitev, 2007) (19. táblázat)

³⁶ A disszertáció jelen alfejezetének alapjául szolgáló tanulmány a Gazdaság és Társadalom c. folyóirat 3/3-4. számában (2011) jelent meg „Az európai országok sportfogyasztásának és életminőségének összefüggései” címmel.

19. táblázat: Pearson-féle korrelációs együtthatók a standardizált változók között

		Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelése (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Pearson-korreláció	1	,514**	-,125	,765**	,644**
	Szignifikanciaszint (2-oldali)		,004	,519	,000	,000
	N	30	30	29	30	30
Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelése (PPP)	Pearson-korreláció	,514**	1	-,455*	,510**	,548**
	Szignifikanciaszint (2-oldali)	,004		,013	,004	,002
	N	30	30	29	30	30
Gini-koefficiens	Pearson-korreláció	-,125	-,455*	1	-,237	-,210
	Szignifikanciaszint (2-oldali)	,519	,013		,208	,265
	N	29	29	30	30	30
Átlagfogyasztás (PPP)	Pearson-korreláció	,765**	,510**	-,237	1	,829**
	Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,004	,208		,000
	N	30	30	30	31	31
Születéskor várható élettartam (év)	Pearson-korreláció	,644**	,548**	-,210	,829**	1
	Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,002	,265	,000	
	N	30	30	30	31	31

** . A korreláció 1%-os szinten szignifikáns.

* . A korreláció 5%-os szinten szignifikáns.

Forrás: saját szerkesztés

Amikor csupán a sportfelszerelésekre költött kiadásokat és az átlagfogyasztást tekintjük klaszterképző kritériumnak, akkor optimális megoldásnak mutatkozik a három és a négy klaszteres megoldás is, így mindkettő bevonható a további elemzésekbe. A kialakult csoportok elnevezése során természetesen előfordulhat, hogy egyes pl. klasszikusan mediterránnak tartott országok nem a mediterrán országok csoportjába kerülnek, azonban az azonosíthatóság kedvéért ezek a jellegzetes elnevezések maradtak használatban.

Klasszikusan az alábbi csoportok tekinthetők összetartozónak:

- *Skandináv országok*: Dánia, Finnország, Norvégia, Svédország
- *Nyugat-európai országok*: Ausztria, Belgium, Egyesült Királyság, Franciaország, Hollandia, Írország
- *Mediterrán országok*: Ciprus, Görögország, Horvátország, Málta, Olaszország, Portugália, Spanyolország
- *Kelet- és Közép-európai országok*: Bulgária, Csehország, Lengyelország, Macedónia, Magyarország, Románia, Szlovákia, Szlovénia, Törökország
- *Balti-államok*: Észtország, Lettország, Litvánia

A különböző klaszterképzési dimenziók alapján a hat eljárás során három és öt közötti klaszterszám alakult ki. Melyeket a 20. táblázat foglal össze. A számítások során meghatározott részletes klaszterközponttól való távolsági értékeket, az elemzésbe bevont változók egyes klaszterekre vonatkozó átlagértékeit a 9.1-es melléklet tartalmazza.

20. Táblázat: A hat klasztereljárás során kialakult klaszterek

	1. módszer	2. módszer	3. módszer	4. módszer	5.módszer	6. módszer
1. klaszter	FIN NOR SLO SWE	FIN NOR SLO SWE	AUT CYP FIN FRA NOR SWE UK	AUT CZE DEN FIN MT NED NOR SLO SWE	AUT BEL CYP DEN FIN FRA MT NED NOR SLO SWE	AUT FIN NOR SLO SWE
2. klaszter	AUT BEL DEN FRA GRE IRL ITA MT NED UK	AUT BEL CYP DEN FRA GRE IRL ITA MT NED UK	BEL DEN GRE ITA MT NED POR SLO ESP	BEL CYP FRA GRE IRL ITA ESP UK	GRE ITA ESP	BEL CYP DEN FRA MT NED
3. klaszter	CRO CYP POR ESP	BUL CRO EST MK HUN LAT LIT POL POR ROU SVK ESP TUR	BUL CRO CZE EST MK HUN LAT LIT POL ROU SVK TUR	BUL CRO HUN ROU SVK TUR	BUL CRO CZE HUN SVK TUR	GRE ITA POR ESP
4. klaszter	BUL EST MK HUN LAT LIT POL ROU SVK TUR			EST LAT LIT POL POR	EST LAT LIT POL ROU	BUL CRO CZE HUN ROU SVK TUR
5. klaszter						EST LAT LIT POL

Forrás: saját szerkesztés

4.2.1. Integráló klasztereljárás

Annak érdekében, hogy az eredmények igazán robosztusak legyenek – bár már az eddigi módszerekből is nagyjából kirajzolódtak az összetartozó országok – az egyes módszerek eredményeinek integrálására is sor került.

Minden országhoz hozzárendelésre került minden egyes eljárásból annak a klaszternek az átlagos távolsági összege, amelyikbe tartozott. Az országok többségénél mind a hat eljárásból adódott ilyen érték, mivel ezek egyszer sem kerültek kiszűrésre szélsőérték mivoltuk, vagy hiányzó értékek miatt. Néhány ország esetében azonban nem minden eljárásból adódott ilyen érték. Például Luxemburg kiugró értékei miatt egyik klasztereljárásba sem került bele, ezért értelem szerűen ebből az integráló eljárásból is kimaradt.

Megvizsgálásra került a korreláció az egyes eljárásból származó átlagos távolsági összegek esetén, melynek eredménye minden esetben szignifikáns volt 1%-os szinten és erős korrelációról beszélhetünk az egyes eljárások között, azaz a kialakított csoportok jól reprezentálják a valóságot. (21. táblázat)

21. táblázat: Pearson-féle korrelációs együtthatók a klasztereljárások eredményei között

	1. módszer	2. módszer	3. módszer	4. módszer	5. módszer	6. módszer
1. módszer	1	,946**	,878**	,912**	,891**	,912**
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)		,000	,000	,000	,000	,000
N	28	28	27	27	24	25
2. módszer	,946**	1	,866**	,917**	,899**	,907**
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000		,000	,000	,000	,000
N	28	28	27	27	24	25
3. módszer	,878**	,866**	1	,779**	,914**	,904**
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,000		,000	,000	,000
N	27	27	28	27	25	26
4. módszer	,912**	,917**	,779**	1	,898**	,853**
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,000	,000		,000	,000
N	27	27	27	28	25	26
5. módszer	,891**	,899**	,914**	,898**	1	,956**
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,000	,000	,000		,000
N	24	24	25	25	25	25
6. módszer	,912**	,907**	,904**	,853**	,956**	1
Pearson-korreláció						
Szignifikanciaszint (2-oldali)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	25	25	26	26	25	26

** A korreláció 1%-os szignifikanciaszinten szignifikáns.

Forrás: saját szerkesztés

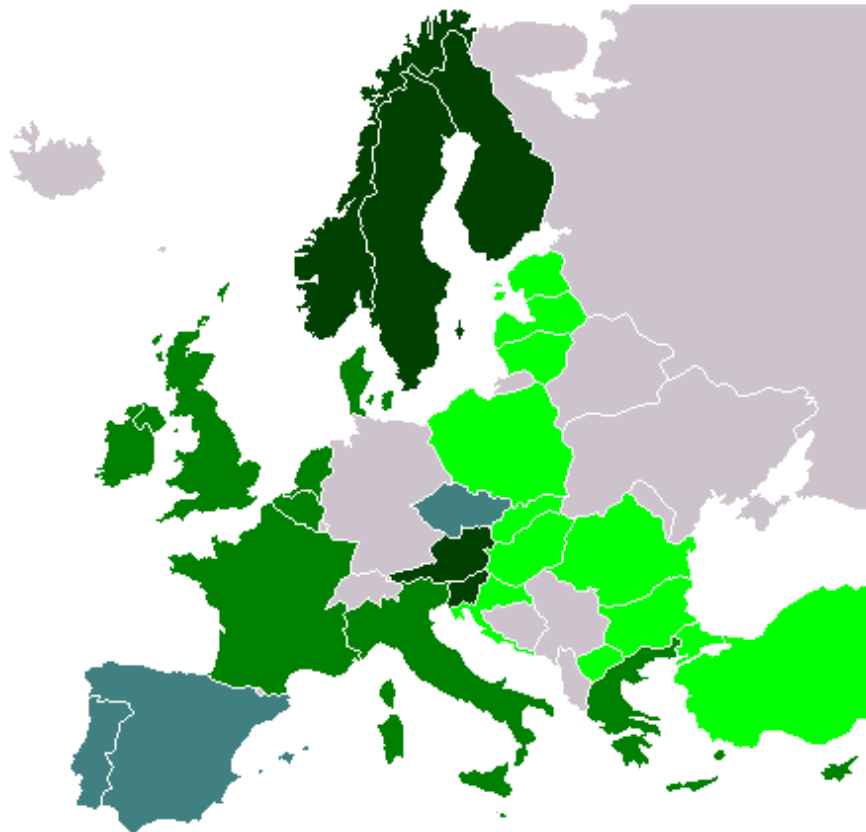
A továbbiakban az összehasonlíthatóság problémájának kiküszöbölésére az átlagos távolsági összegek összeadását követően átlagszámítás történt mindegyik országhoz. Ezek az átlagértékek felhasználásra kerültek egy újabb, a korábbi eljárásokkal megegyező klaszterezéshez, amely során végül négy klaszter jött létre (22. táblázat, 25. ábra):

- Skandináv országok csoportja, kiegészülve Ausztriával és Szlovéniával;
- Nyugat-Európa országai és a mediterrán országok közül Olaszország, Görögország, Ciprus
- Az Ibériai-félsziget két országa és Csehország
- A Kelet- és Közép-Európába tartozó országok.

22. Táblázat: Az integráló klasztereljárás során felhasznált átlagos klaszterközépponti távolságok és a kialakult új klaszterek

	1. módszer	2. módszer	3. módszer	4. módszer	5. módszer	6. módszer	Összesen	Átlag	Klaszter-tagság
FIN	5,33	5,33	4,14	3,64	3,75	5,25	27,44	4,57	1
NOR	5,33	5,33	4,14	3,64	3,75	5,25	27,44	4,57	1
SWE	5,33	5,33	4,14	3,64	3,75	5,25	27,44	4,57	1
SLO	5,33	5,33	1,41	3,64	3,75	5,25	24,71	4,12	1
AUT	2,64	2,57	4,14	3,64	3,75	5,25	21,98	3,66	1
FRA	2,64	2,57	4,14	1,79	3,75	2,44	17,32	2,89	2
UK	2,64	2,57	4,14	1,79			11,13	2,78	2
DEN	2,64	2,57	1,41	3,64	3,75	2,44	16,44	2,74	2
MT	2,64	2,57	1,41	3,64	3,75	2,44	16,44	2,74	2
NED	2,64	2,57	1,41	3,64	3,75	2,44	16,44	2,74	2
BEL	2,64	2,57	1,41	1,79	3,75	2,44	14,59	2,43	2
IRL	2,64	2,57		1,79			7,00	2,33	2
CYP	-0,96	2,57	4,14	1,79	3,75	2,44	13,72	2,29	2
GRE	2,64	2,57	1,41	1,79	0,13	-0,64	7,89	1,31	2
ITA	2,64	2,57	1,41	1,79	0,13	-0,64	7,89	1,31	2
ESP	-0,96	-3,85	1,41	1,79	0,13	-0,64	-2,13	-0,36	3
CZE			-3,47	3,64	-2,52	-2,80	-5,14	-1,29	3
POR	-0,96	-3,85	1,41	-5,09		-0,64	-9,14	-1,83	3
CRO	-0,96	-3,85	-3,47	-3,60	-2,52	-2,80	-17,19	-2,87	4
BUL	-4,42	-3,85	-3,47	-3,60	-2,52	-2,80	-20,65	-3,44	4
HUN	-4,42	-3,85	-3,47	-3,60	-2,52	-2,80	-20,65	-3,44	4
SVK	-4,42	-3,85	-3,47	-3,60	-2,52	-2,80	-20,65	-3,44	4
TUR	-4,42	-3,85	-3,47	-3,60	-2,52	-2,80	-20,65	-3,44	4
ROU	-4,42	-3,85	-3,47	-3,60	-5,32	-2,80	-23,45	-3,91	4
MK	-4,42	-3,85	-3,47				-11,73	-3,91	4
EST	-4,42	-3,85	-3,47	-5,09	-5,32	-5,37	-27,52	-4,59	4
LAT	-4,42	-3,85	-3,47	-5,09	-5,32	-5,37	-27,52	-4,59	4
LIT	-4,42	-3,85	-3,47	-5,09	-5,32	-5,37	-27,52	-4,59	4
POL	-4,42	-3,85	-3,47	-5,09	-5,32	-5,37	-27,52	-4,59	4

Forrás: saját szerkesztés



25. ábra: Az integráló eljárás során létrejött országcsoportok

Forrás: saját szerkesztés

Miután a klaszterek kialakításra kerültek, az elemzésbe bevont változók egyes klaszterekhez tartozó átlagos értékek kiszámítása következett, hogy ellenőrzésre kerüljön, azok valóban egymástól jelentősen eltérő ország-csoportokat reprezentálnak-e. (23. táblázat)

23. Táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei az integráló eljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	238,20	118,20	25,40	17052,80	79,7860
2. klaszter	227,20	43,00	29,50	17945,70	79,9020
3. klaszter	99,67	29,00	32,00	10711,33	78,9200
4. klaszter	28,18	9,18	30,70	5763,00	73,1755
Teljes minta	140,41	41,69	29,46	12422,34	77,2290

Forrás: saját számítás

A négy kialakult klaszter átlagértékeinek kiszámításakor a Gini-koefficiens 8,4%-os szinten bizonyult szignifikánsnak, míg a többi változó 1%-os szignifikancia-szinten is.

Az átlagok alapján megállapítható, hogy az 1. klaszter országainak sportkiadásai lényegesen meghaladják az összesített átlagot, alacsony a jövedelemegyenlőtlenség, az átlagfogyasztás jelentősen több a teljes átlagénál és a születéskor várható élettartam is 2,5 évvel magasabb ehhez képest. Tulajdonképpen ezen klaszter országai tekinthetők életminőség szempontjából a legkedvezőbbnek Európában.

A 2. klaszter tagországai rekreációs- és sportszolgáltatásra szintén sokkal többet költenek az átlagnál, azonban sport, kemping és szabadtéri tevékenységekhez tartozó felszerelésekre már csak az átlagot éppen meghaladó mértékben adnak ki. Jövedelemegyenlőtlenségi mutatójuk a minta átlagának megfelelő, átlagfogyasztásuk és születéskor várható élettartamuk ugyanakkor kiemelkedő, hasonlóan az első klaszterhez. Ezt a klasztert tekinthetjük a második legideálisabbnak életminőség szempontjából. Ezekben az országokban jellemző a magas életszínvonal, azonban kevésbé jellemző az aktív sporttevékenység, inkább a passzív sportfogyasztási szokások azok, amelyek dominálnak.

A 3. klaszter tagjai az összátlag alatt költenek sportra – mindkét kiadási típusban –, a jövedelemegyenlőtlenség ezekben az országban a legmagasabb, átlagos fogyasztási kiadásai elmaradnak a minta átlagától. A várható élettartam ugyanakkor meghaladja az összátlagot, ami elsősorban annak köszönhető, hogy a negyedik klaszter országainak várható élettartama jelentősen lehúzza a teljes átlagot, hisz a harmadik klaszter országában a lakosok majd egy évvel rövidebb élettartamra számíthatnak.

A 4. klaszter országai a minta átlagának töredékét költik sportra, a jövedelemegyenlőtlenség mértéke pedig magasabb az összátlagnál, de nem olyan sokkal, mint a 3. klaszter országaié. Az átlagfogyasztás is igen alacsony csakúgy, mint a születéskor várható élettartam. Összességében ez a klaszter tekinthető a legkevésbé kedvezőnek életszínvonal szempontjából, több mutatóban is messze leszakadva a többi klasztertől. Jellemző, hogy ide tartoznak a korábbi szocialista berendezkedésű országok – eltekintve Csehországtól.

4.2.2. A H2 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése

A H2a hipotézis részben elfogadható kisebb korrekciókkal. Megállapítható, hogy a gazdasági fejlettséget reprezentáló három változó tekintetében bizonyos tendenciák kiolvashatók, de természetesen találunk bizonyos esetekben ettől való minimális eltéréseket is. Az átlagos fogyasztói kiadások növekedésével a sportfogyasztási kiadások is növekednek, csupán a második klaszter esetében nem állja meg a megállapítás a helyét –

aminek oka valószínűleg bizonyos részben az ebben a klaszterben jelen levő magasabb jövedelemegyenlőtlenség lehet.

Az első két klaszter országaiban a Gini-koefficiens a harmadik és negyedik klaszterhez képest alacsonyabb volt, ami együtt járt a sportkiadások nagyobb mértékével is. Ugyanakkor némi ellentmondás található a harmadik és negyedik klaszter között, mivel előbbiben a jövedelemegyenlőtlenség lényegesen magasabb mértékű volt az utóbbihoz képest, ugyanakkor a magasabb sportkiadások mégis a harmadik klaszter esetében jelentkeztek – ebben az esetben ugyanakkor a magasabb átlagos kiadási adatok magyarázatul szolgálhatnak a jelenségre.

A harmadik fejlettségi mutató alapján pedig azt állapíthatjuk meg, hogy a fejlettebb országokban tapasztalható magasabb születéskor várható élettartam együtt mozog a magasabb sportfogyasztási értékekkel, ami alátámasztja a fejlettség és a sportkiadások között meglévő összefüggésre vonatkozó feltételezést.

A H2b hipotézis részben bizonyult igaznak, bizonyos kultúrkörhöz tartozó országok valóban egy klaszterbe tartoznak sportfogyasztási szempontból (pl. skandináv országok, balti államok), azonban vannak a környezetüktől eltérő mintázatot mutató országok is (pl. Szlovénia).

4.3. Keresztmetszeti elemzés a 2008-as évre a magyar lakosság sportfogyasztásáról³⁷

4.3.1. A mintában szereplő háztartások sportkiadásainak leíró statisztikája, aggregált kiadások

A keresztmetszeti elemzések elvégzésének első lépésében számszerűsítésre került, hogy a 2008-as HKF-ben szereplő háztartások közül mennyien költöttek sportra és ez mekkora arányt jelent a teljes mintához képest. Ennek alapján a 7 650 mintában szereplő háztartásból 1 346 adott ki pénzt valamilyen formában sportra, amely az összes háztartás 17,59%-át jelenti. A legtöbb esetben sport-, zene- és tánctanfolyamra költöttek (11,36%), ami kiemelkedik a többi kiadási kategória közül. Számottevőnek nevezhető a kiadások aránya a sportszerek és kempingcikkre (5,19%), valamint a sportrendezvény és belépődíjak (3,82%) esetében, továbbá 1% feletti aránnyal rendelkezik még a sport és kemping célú tartós javak illetve az egyéb szabadidős szolgáltatások kategóriája.

³⁷ A disszertáció jelen alfejezetének alapjául szolgáló tanulmány a Magyar Sporttudományi Szemle 13/52. (2012) számában jelent meg „Sportjellegű kiadások különbségei a magyar lakosság körében” címmel.

Ezt követően kalkulálásra került nemzetgazdasági szinten a háztartások összes sportkiadásának mértéke. Alkalmazva az egyes háztartástípusok súlyszámait a HKF-ből egyszerű felszorzással megkapható, hogy 113 milliárd 666 millió forintot fordítottak sportcélú kiadásra 2008-ban a magyar háztartások. Ebből következik, hogy mennyi az egy háztartásra ill. egy főre jutó átlagos kiadás (csak azokat a háztartásokat figyelembe véve, amelyek költöttek sportra). Egy sportra fordító magyar háztartás átlagos kiadási értéke 173 ezer Ft, mely egy főre vetítve több, mint 54 ezer forint éves szinten.

A kiadási kategóriákra költött pénzeket összehasonlítva természetesen a legnagyobb aránnyal rendelkező sport-, zene- és tánctanfolyam kategória volt az, amely a legnagyobb értékkel rendelkezett, az összes sportcélú kiadás több mint felével (62,577 mrd Ft). Bár arányaiban kevesebb háztartás költött sportrendezvényre és belépődíjaira a mintából a sportszerek és kempingcikkhez képest, ugyanakkor mégis ebben a kategóriában nagyobb az összes kiadás nagysága. Előbbiben 26,291 mrd Ft, utóbbiban 10,398 mrd Ft. Alig marad el az egyéb szolgáltatások kategóriája, itt ugyanis 9,072 mrd Ft költés keletkezett. Még további több milliárdos tétel a sport és kemping célú tartós javak vásárlása (4,531 mrd Ft), míg két kategóriában a kiadások még a fél milliárdos értéket sem érték el.

Az összesített kiadási értékekhez képest némiképp eltérő képet mutatnak az egy háztartásra és egy főre jutó kiadások kategóriákra lebontott értékei. A legnagyobb ilyen értékkel az egyéb szabadidős szolgáltatások rendelkeznek, melyet a sportrendezvények és belépődíjaink kategóriája követ. Harmadik legnagyobb értékkel a tartós sportszerek és hangszerek javítása található, azonban az elemszám itt annyira kicsi, hogy nem tarthatjuk relevánsnak ezt az értéket. A két még igazán jelentős kategória sport-, zene- és tánctanfolyamok kategóriája, valamint a sport és kemping célú tartós javak csoportja. Bár összesen a sport-, zene- és tánctanfolyamok kategóriájában a legnagyobb a kiadások mértéke, ugyanakkor mivel itt költ messze a legtöbb háztartás, ezért ebből következően az egy főre jutó kiadások mégsem szerepelnek a rangsor első helyén.

Egyértelműen megállapítható az adatokból, hogy a szolgáltatás jellegű kiadási kategóriákban nem csak lényegesen több háztartás költ, hanem értékét tekintve nagyobb kiadásokat is eszközölnek rájuk. (24. táblázat)

24. táblázat: A mintában szereplő háztartások sportkiadásainak jellemzői kiadási tételenként

	Összesen (mFt)	Db háztartás	Arány	Kiadási tétel van (ft)	
				Háztartás	Fő
Összes sportkiadás	113 666	1346	17,59%	173 005	54 491
Sport, kemping célú tartós javak	4 531	91	1,19%	97 935	36 671
Tartós sportszerek, hangszerek alkatrészei	438	17	0,22%	44 269	14 068
Tartós sportszerek, hangszerek javítása	359	5	0,07%	174 582	48 965
Sportszerek, kempingcikkek	10 398	397	5,19%	52 801	16 972
Sportrendezvény, belépődíj	26 291	292	3,82%	185 610	65 943
Sport-, zene-, tánctanfolyam	62 577	869	11,36%	150 958	44 943
Egyéb szabadidő szolgáltatás	9 072	81	1,06%	251 596	78 644

Forrás: saját szerkesztés

Érdeemes összevetni a sportkiadások mértékét az összes nettó jövedelmek mértékével. A 2008-as HKF alapján a magyar lakosság összes nettó jövedelme meghaladta a 9 000 milliárd forintot, melynek 1,25%-át költötték sportra. Ha az összes kiadáshoz mérjük a sportkiadásokat, akkor annak 1,48%-át tették ki a sportkiadások.

Amennyiben csak azt a 17,6%-nyi háztartást vesszük figyelembe, akik rendelkeznek sportkiadással, akkor ők a háztartási jövedelem 7,25%-át, az egy főre jutó jövedelemnek pedig 5,93%-át költötték sportra. Ugyanezen értékek az összes kiadást tekintve 8,57% és 7,01%. (25. táblázat)

Nyilvánvalóan az, hogy a sportkiadással rendelkező háztartások háztartási költségvetésében a sportkiadások 5,8-szer nagyobb arányban vannak jelen, mint egyébként az egész háztartási szektor költségvetésében annak köszönhető, hogy a magyar lakosság meglehetősen alacsony hányada adja az összes sportkiadást össze, míg a döntő többség egyáltalán nem költ erre a célra.

A háztartási és egyéni sportkiadási arány eltérésének oka valószínűsíthetően annak tudható be, hogy a sportra költő háztartások az átlagos háztartásmérethez képest (2,6 fő) magasabb létszámúak.

25. táblázat: Az összes sportkiadás viszonya a nettó jövedelmekhez és az összes kiadásokhoz

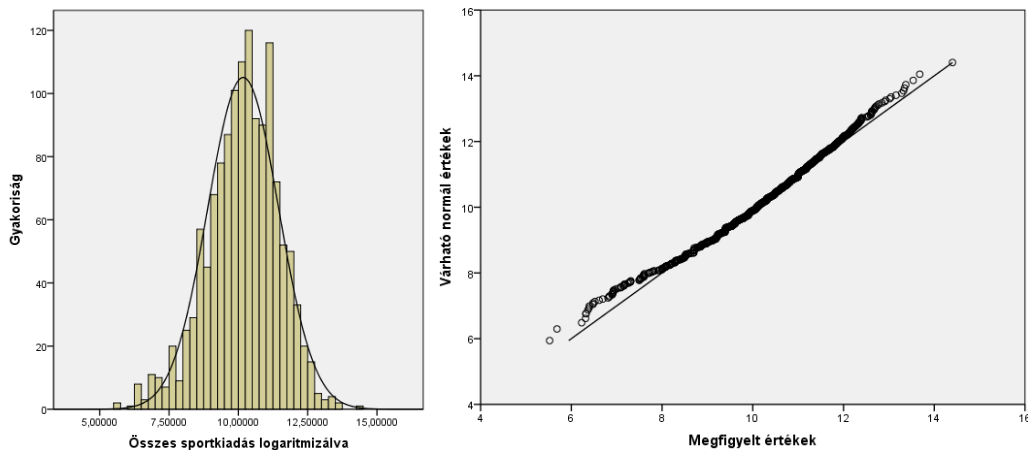
	Összesen	Háztartás	Fő
Nettó jövedelem	9 082 514 mFt	2 385 004 Ft	918 409 Ft
Kiadások	7 685 852 mFt	2 017 585 Ft	777 069 Ft
Összes sportkiadás	113 666 mFt	173 005 Ft	54 491 Ft
Sportkiadások aránya a nettó jövedelemhez	1,25%	7,25%	5,93%
Sportkiadások aránya az összes kiadáshoz	1,48%	8,57%	7,01%

Forrás: saját szerkesztés

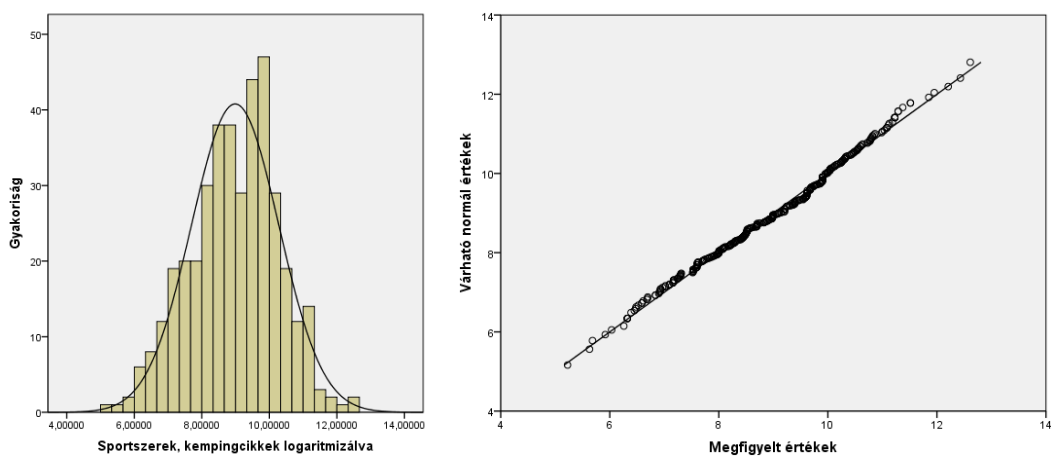
A Heckit-modell alkalmazásához elengedhetetlen, hogy a függő változó normál eloszlást kövessen. Ahogy a 3.3.3.3-as alpontban már kifejtésre került, a szakirodalomban leggyakrabban használt logaritmizált függő változók kerültek a modellben felhasználásra, amelyek normál eloszlást mutatnak a logaritmizálás végrehajtása után. (Az eredeti kiadási értékek nem normál eloszlást követtek.)

A normalitás mind grafikus, mind numerikus módszerekkel ellenőrzésre került. A grafikus módszerek közül a gyakorisági eloszlás hisztogramja a normál eloszlás görbével, valamint a kvantilis-kvantilis (Q-Q Plot) ábrázolások kerültek használatra. A numerikus módszerek közül a mintanagyságot figyelembe véve az SPSS és a STATA által számolt Shapiro-Wilk és a Shapiro-Francia mutatók – ezek azokban az esetekben használandók, ha a mintanagyság 2000-nél illetve 5000-nél kisebb –, illetve a ferdeség és csúcsosság mutatói kerültek elemzésre. (Park, 2008)

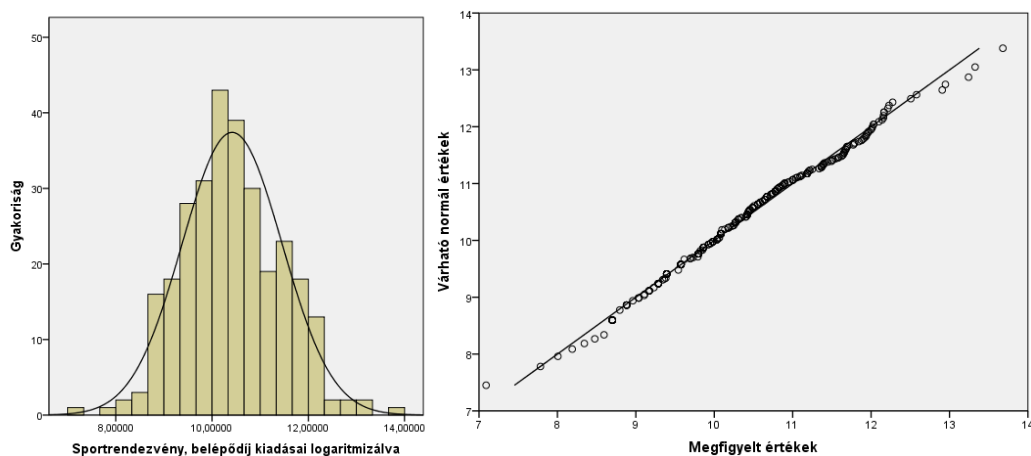
A grafikus módszerek alapján mindegyik transzformált kiadási kategória normál eloszlásúnak minősíthető, az eloszlások alakja jól lefedi a normál eloszlás haranggörbéjét, valamint a Q-Q ábrákon a hipotetikus normál eloszlás egyenesére is jól illeszkednek az adatok. (26. ábra, 27. ábra, 28. ábra, 29. ábra)



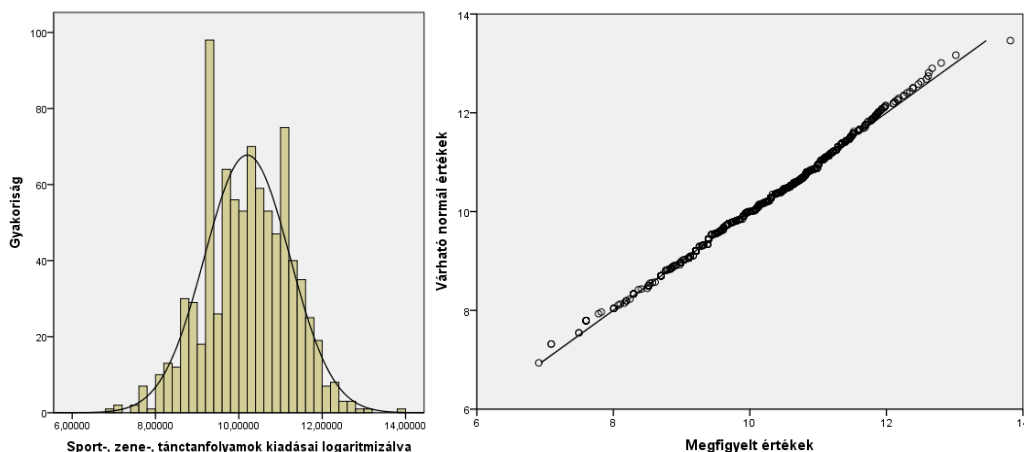
26. ábra A logaritmizált aggregált sportkiadási adatok eloszlása és Q-Q ábrája
 Forrás: saját szerkesztés



27. ábra A logaritmizált sportszerek és kempingcikkek kiadási adatainak eloszlása és Q-Q ábrája
 Forrás: saját szerkesztés



28. ábra A logaritmizált sportrendezvények, belépődíjak kiadási adatainak eloszlása és Q-Q ábrája
 Forrás: saját szerkesztés



29. ábra A logaritmizált sport-, zene-, táncanfolyamok kiadási adatainak eloszlása és Q-Q ábrája

Forrás: saját szerkesztés

Tekintve, hogy mindegyik változó esetében a ferdeségi és csúcsossági értékek minimális mértékben térnek el nullától abszolút értékben ezért ezek a mutatók alátámasztják a normál eloszlás jelenlétét. (A nem normál eloszlás esetében ezek az értékek nagyobbak kellenének legyenek abszolút értékben egynél.) A Shapiro-Wilk és Shapiro-Francia tesztek W-értékei – melyek 0 és 1 közötti értékeket vehetnek fel – nagyon közel esnek egyhez, amely szintén normál eloszlásra utal. (Park, 2008) (26. táblázat)

26. táblázat: A vizsgálatba bevont függő változók normalitásra vonatkozó adatai

	Ferdeség	Csúcsosság	Shapiro-Wilk W-érték	Shapiro-Francia W-érték
Aggregált sportkiadások	-0,404	0,391	0,989	0,989
Sportszerek és kempingcikk	-0,169	-0,216	0,994	0,994
Sportrendezvények, belépődíjak	0,168	0,168	0,994	0,994
Sport-, zene-, táncanfolyamok	-0,119	-0,078	0,996	0,997

Forrás: saját számítás

4.3.2. Sportkiadások jelenléte a háztartások éves költségvetésében

Elsőként a Heckit-modell szelektivitási vagy kvalitatív egyenlete, a probit-modell lefuttatására került sor, valamint ezzel párhuzamosan az ettől csak minimálisan, a hibatag specifikálásában eltérő bináris logit-modellére. Mindkét modellspecifikáció alapvetően azonos eredményekkel szolgált, minimális eltérések találhatók közöttük, ami alátámasztja az eredmények robusztusságát.

4.3.2.1. Aggregált sportkiadások

Az illeszkedés jóságát figyelembe véve a két modell egyenrangúnak nevezhető. (McFadden-féle R^2 : probit: 0,212, logit: 0,211) A helyesen előre jelzett esetek száma ebből kifolyólag szinte teljesen megegyezik. (probit: 83,8%, logit: 83,7%). A Likelihood-érték és az ebből számított Likelihood-arány szintén hasonló értéket mutat, mindkét modell típust összességében szignifikánsnak tekinthetjük ezek alapján 1%-os szignifikancia-szint alatt. A multikollinearitás mindkét esetben tesztelésre került, de nem állapítható meg egyik modell esetében sem ennek jelenléte (Variance Inflation Factor).

A két modell összehasonlításakor a korábban már leírt átszámítási módszer használata történt meg (0,625-tel szoroztuk), majd a parciális hatások összevetése, melyek transzformáció nélkül is összehasonlíthatók. Nagyságrendileg a logit-modell transzformált koefficiensei nem különböztek jelentősen a probit-modell koefficienseitől, valamint ugyanez a megállapítás volt érvényes a parciális hatásokra is. (27. táblázat)

A továbbiakban a logit-modell az SPSS programcsomagban is lefuttatásra került. Az itt nyert output előnye, hogy kiszámította az egyes kategóriákhoz tartozó esélyhányadost is. (9.3 melléklet, 41. táblázat)

27. táblázat: Összefoglaló táblázat a logit- és a probit-modellek eredményeiről, a sportkiadások kiadási szerkezetben való jelenlétére vonatkozóan.

	Aggregált sportkiadások						
	logit-modell				probit-modell		
	<i>Koefficiens</i>			<i>Parciális hatás</i>	<i>Koefficiens</i>		<i>Parciális hatás</i>
const	-5,03328 (-24,3948)	-3,1458	***		-2,80202 (-25,9295)	***	
BP	1,0545 (6,8427)	0,659063	***	0,134908	0,613483 (7,094)	***	0,149783
MSZH	0,575509 (5,6226)	0,359693	***	0,064282	0,326625 (5,7232)	***	0,0714555
EGYVAR	0,31572 (3,1765)	0,197325	***	0,0329759	0,183236 (3,3502)	***	0,0379985
KOZS							
GYER12	0,709817 (8,1333)	0,443636	***	0,078995	0,410096 (8,2852)	***	0,089461
GYER34	0,953213 (6,3967)	0,595758	***	0,129812	0,537053 (6,172)	***	0,137208
GYER5	0,402412 (0,8884)	0,251508		0,0462953	0,196375 (0,7543)		0,043344
GYER0							
REGIO_KDUN	0,261936 (1,6455)	0,16371	*	0,0280379	0,161757 (1,8064)	*	0,0344248
REGIO_NYDUN	0,0358199 (0,2167)	0,022387		0,00357615	0,0415283 (0,4497)		0,00836745
REGIO_DDUN	0,0240163 (0,1404)	0,01501		0,00238904	0,0269212 (0,2825)		0,0053876
REGIO_EMO	-0,25054 (-1,6033)	-0,156588		-0,0230995	-0,130189 (-1,4951)		-0,0243391
REGIO_EALF	0,206859 (1,3598)	0,129287		0,021654	0,126231 (1,4774)		0,0263095
REGIO_DALF	0,00651938 (0,043)	0,004075		0,000644746	0,0211332 (0,2495)		0,00421131
REGIO_KMO							
KOR24	2,01819 (7,7237)	1,261369	***	0,369329	1,06787 (7,2754)	***	0,332352
KOR2534	1,504 (9,6617)	0,94	***	0,225612	0,774206 (9,5808)	***	0,206937
KOR3544	1,63129 (10,5898)	1,019556	***	0,236268	0,850539 (10,7019)	***	0,221665
KOR4554	1,01316 (6,8767)	0,633225	***	0,124133	0,486486 (6,5587)	***	0,111449
KOR5564	0,484511 (3,2014)	0,302819	***	0,0528796	0,206797 (2,7558)	***	0,0435175
KOR65							
ISK2	0,641361 (7,5317)	0,400851	***	0,0712463	0,350531 (7,4128)	***	0,0760186
ISK3	1,14641 (12,0409)	0,716506	***	0,1494	0,643086 (11,972)	***	0,158049
ISK1							
FFI	-0,0028723 (-0,0322)	-0,001795		-0,00028367	-0,011151 (-0,2252)		-0,0022082
NO							
NJOVKAT	0,342202 (10,7896)	0,213876	***	0,0337833	0,193141 (11,1112)	***	0,0381561
<i>McFadden-féle R²</i>		0,211452				0,212403	
<i>Gyakorisági R²</i> <i>(helyes előrejelzések száma, db)</i>		83,8% (6412)				83,7% (6404)	
<i>Log-likelihood érték</i>		-2806,227				-2802,841	
<i>Likelihood-arány, χ^2 (21)</i>		1505 [0,0000]				1511,77 [0,0000]	

Forrás: saját számítás

Mindkét modell esetében 1%-os szignifikancia-szint alatt szignifikánsnak bizonyultak a **településtípus** változók. A parciális hatásokat figyelembe véve a községben élő háztartások – amelyek viszonyítási alapként is szolgálnak a többi háztartáshoz képest – költenek legkisebb valószínűséggel sportra. A legnagyobb valószínűséggel a Budapesten élő háztartások adnak ki pénzt rá, parciális hatását tekintve ennek csupán fele értékkel rendelkeznek a megyei jogú városok háztartásai, illetve még ennél is kisebb mértékkel szerepelnek az egyéb városokban lévő háztartások. Mindkét modell alapján megállapítható, hogy minél kisebb településeken élő háztartások esetében kisebb a valószínűség, hogy rendelkeznek sportkiadással.

Az esélyhányados-eredmények alapján a budapesti háztartások 2,8-szer, a megyei jogú városok háztartásai 1,8-szer, a más egyéb városok háztartásai 1,4-szer nagyobb eséllyel költenek sportra, mint a községek háztartásai.

A gyermekek számát illetően a futtatott modellek mindegyikében az 1-2 ill. 3-4 **gyermekes háztartások** dummy-változói bizonyultak szignifikánsnak, míg az 5 vagy több gyermekesek változója, a kis elemszám miatt nem. Megállapítható, hogy a referenciacsoportként használt gyermektelen háztartásokhoz képest ezen két szignifikáns változó esetében nagyobb a valószínűsége a sportkiadás jelenlétének (legnagyobb ezek közül is a 3-4 gyermekesek esetében). Ennek oka elsősorban valószínűleg az lehet, hogy azon háztartások többsége, melyben nem élnek 20 éven aluli gyermekek, a nyugdíjas háztartások közül kerül ki, kevésbé a nagyon fiatal, 24 év alatti vagy a tanuló háztartásfőjű háztartások közül.

Az esélyhányados-eredmények alapján az itt referencia-csoportként alkalmazott gyermektelen háztartásokhoz képest 2-szeres az esély a sportkiadás jelenlétének az 1-2 gyermekesek között. A 3 vagy 4 gyermekesek esetében az esélyhányados tovább nő, 2,6-szeresre. Szignifikancia hiánya miatt az 5 vagy több gyermekes háztartások változójához tartozó esélyhányadost nem tekinthetjük relevánsnak.

Úgy tűnik tehát, hogy a gyermekek háztartásban való jelenléte alapvetően növeli a sportkiadási hajlandóságot – legalábbis leszámítva az utolsó kategóriát.

A **régióbeli elhelyezkedés** dummy változói közül csak a Közép-Dunántúl változója volt szignifikáns 10%-os szignifikancia-szint alatt mindkét modellben. Érdekes módon a Közép-Magyarországi régióhoz viszonyítva a régióban lévő háztartások nagyobb valószínűséggel költenek a sportra.

Az esélyhányados-eredmények alapján a Közép-Magyarországi régió háztartásainál csak az Észak-Magyarországi régió háztartásai adnak ki pénzt kisebb eséllyel sportra (0,8-

szeres érték). Ez mindenképp meglepő, mivel ebbe a régióba tartoznak a budapesti háztartások is, amelyek a többi településtípushoz képest sokkal nagyobb valószínűséggel költenek erre a területre. Ami a régiót mégis lehúzza, az feltehetően az, hogy Pest-megyében egyrészt csak egy megyei jogú város van, másrészt nagy valószínűséggel felülreprezentáltak a régióban a kisebb településtípusokban élő háztartások a többi régióhoz képest. A referencia-csoporthoz képest 1,2-szer nagyobb az esélye, hogy az Észak-Alföldi régió háztartásai sportra költenek, ugyanez a valószínűség 1,3-szeres Közép-Dunántúl esetében, valamint közel ugyanakkora a Nyugat-Dunántúl, Dél-Dunántúl és Dél-Alföld esetében. Az esélyhányados értékeket viszont abból adódóan, hogy a dummy változók nem voltak szignifikánsak, fenntartással szabad csak kezelni.

A **háztartásfői korcsoportok** kétértékű változói közül mindegyik szignifikánsnak bizonyult 1%-os szignifikancia-szint alatt. A referencia-csoportként kezelt 65 év feletti korcsoport rendelkezik a legkisebb valószínűséggel sportkiadással, a többi korcsoporthoz képest a legnagyobb valószínűséggel pedig a legfiatalabb korcsoportú háztartásfővel rendelkező háztartások. A 25-34 év közöttiek már kisebb valószínűséggel költenek sportra, hozzájuk képest viszont a 35-44 évesek nagyobb valószínűséggel rendelkeznek ilyen jellegű kiadással, ugyanakkor viszont ők is elmaradnak a legfiatalabb korosztálytól. A 45-54 évesek korcsoportjában a sportköltségre való hajlandóság csaknem fele az eggyel fiatalabb korosztályhoz képest. Végül az 55-64 évesek korcsoportjának sportkiadási valószínűsége messze elmarad még ehhez a korcsoporthoz képest is.

A korcsoportok közötti ilyen jellegű hullámváz oka valószínűsíthetően abból adódik, hogy a legfiatalabbak még többnyire függetlenek, nem rendelkeznek családdal és gyermekekkel, viszonylag sok szabadidejük van, és életmódjukban – az iskolai életévek közelsége miatt is – fontos szerepet játszik a sportolás. A következő korcsoportba lépve már megtörténik a családalapítás, ebből kifolyólag csökken a szabadidő mértéke, viszont a gyermekek még nagyon fiatalok ahhoz, hogy sportolni kezdjenek, így rájuk még nem kell ilyen szempontból költeni. A 35-44 évesek csoportja az a csoport, amikor a családban a gyermekek már akkorák, hogy rendszeresen sportolhatnak, így az ilyen jellegű kiadások megnőnek, és valószínűsíthetően a sportkiadási hajlandóság növekedése elsősorban ennek tudható be, kevésbé a szülők újra megnövekedő sportolási hajlandóságának. A 45-54 évesek korcsoportjában bár a gyermekek továbbra is sokat sportolhatnak, azonban a szülők sportolási hajlandósága ekkor már jelentősen csökkenhet, ami komoly hatással lehet a sportkiadási hajlandóságra. Az 55-65 évesek korcsoportjában, pedig a gyermekek már nem

egy háztartásban élnek a szülőkkel, így a háztartás sportban legaktívabb tagjainak távozásával drasztikusan csökken a sportkiadási hajlandóság.

Az esélyhányadosok alapján a referencia-csoportként kezelt 65 év feletti háztartásfők háztartásaihoz képest 7,5-szer nagyobb eséllyel költenek sportra a 24 év alattiak, 5,1-szer a 35-44 év közöttiek, 4,5-szer a 25-34 év közöttiek, 2,8-szer a 45-54 év közöttiek és 1,6-szer az 55-64 év közöttiek háztartásai.

Mindkét modell típusban 1%-os szignifikancia-szint alatt bizonyultak szignifikánsnak a háztartásfők **iskolai végzettségét** reprezentáló dummy-változók. A referenciaként használt legalacsonyabb iskolai végzettségű csoport (szakiskolai képzés, vagy alacsonyabb) rendelkezik a legalacsonyabb sportkiadási hajlandósággal. Ezt követik a második kategóriába tartozó háztartásfőjű háztartások (érettségi, vagy azt követő szakképzés), majd a legnagyobb hajlandóságot a legképzettebbek csoportja mutatja (egyetemi vagy főiskolai oklevél vagy magasabb végzettség). Egyértelműen megállapítható, hogy a sportkiadási hajlandóság az iskolázottsági szint növekedésével nő. Az esélyhányados-eredmények alapján a legmagasabb iskolai végzettségűek költenek legnagyobb valószínűséggel a sportra. A csoport esélyhányadosa 3,1-szeres a legiskolázatlanabb csoporthoz képest. A középfokú végzettséggel rendelkezők esetében ugyanez az érték 1,9-szeres.

A **háztartásfő neve** változó sem a probit-, sem a logit-modellben nem volt szignifikáns 10%-os szignifikancia-szint alatt sem.

Az esélyhányados alapján a férfi háztartásfőjű háztartások a női háztartásfőjűekhez képest a kisebb eséllyel költenek sportra, ami azonban minimális, 99%-a, ami viszont azzal, hogy nem szignifikáns a változó elhanyagolható, vagyis nem tehetünk különbséget ezen a téren!

A **háztartások jövedelmi helyzetét** reprezentáló független változó kategóriákra osztott formában szerepel a modellben. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a magasabb nettó jövedelmi kategóriába tartozás ténye egyben nagyobb valószínűséget is eredményez a háztartások sportköltségére vonatkozóan. A háztartás nettó jövedelmének növekedésekor a sportkiadás jelenlétének valószínűsége is nő. Ez egybevág a dolgozat korábbi megállapításával, mely a magyar lakosság körében a sportot az elmúlt évtized alapján luxusjóságnak minősítette.

Az esélyhányados ugyanezt támasztja alá, azaz a nettó jövedelmi kategóriában eggyel magasabb szintre lépve 1,4-szeresre nő a sportkiadások esélye a háztartási költségvetésben.

4.3.2.2. Részletes sportkiadási tételek

Sportszerek és kempingcikk

A két modell illeszkedése a McFadden-féle R^2 értékek alapján egyenrangúnak tekinthető (logit: 0,123; probit: 0,125). A helyesen előre jelzett esetek száma mindkét esetben igen magas, 94,8%-os. Mindkét modell szignifikancia-szintje 1% alatti, Log-likelihood értékük és Likelihood-arányuk szinte megegyezik. A logit-modell átszámított koefficiensei nagyságrendileg hasonlóak a probit koefficienseihez. (9.3. Melléklet, 42. táblázat)

A **településtípust** jelző változók közül mindkét modell típusban a budapesti és a megyeszékhelyi változók bizonyultak szignifikánsnak, előbbi 1%-os, utóbbi 5%-os szignifikancia-szint alatt. A településméret növekedése ezen kiadási kategóriában a kiadások jelenléti valószínűségének növekedését vonja maga után az eredmények alapján. Ezt alátámasztják az esélyhányadosok is, miszerint egy budapesti háztartás 2,62-szor, egy megyeszékhelyi pedig 1,4-szer nagyobb eséllyel költ sportszerre és kempingcikkre egy községi háztartáshoz képest.

A **gyermek száma** szerint szintén különbség állapítható meg az egyes háztartások között. A legnagyobb valószínűséggel a 3 és 4 gyermekes családok költenek sportszerre és kempingcikkre (5%-os szignifikancia-szinten), majd az 1 és 2 gyermekes családok következnek (1%-os szignifikancia-szinttel). Az 5 gyermekes családok költési valószínűsége nem különbözik szignifikánsan a gyermektelenekétől. Az esélyhányadosok értékei alapján a 3-4 gyermekes háztartások 1,78-szor, az 1-2 gyermekesek 1,53-szor nagyobb eséllyel költenek ezen kiadási tételre a gyermektelenekhez képest.

Regionális eltérés ezen kiadási tételnél csak minimális mértékben állapítható meg, mivel mindkét modell típusban csak a Közép-Dunántúli régió változója bizonyult szignifikánsnak, 10%-os szint alatt, továbbá a probit-modellben ugyanez mondható el a Nyugat-Dunántúli régióról is. Jelen esetben a Közép-Dunántúli régió háztartásai 1,57-szor, a Nyugat-Dunántúli régió háztartásai 1,54-szor nagyobb eséllyel költenek sportszerre és kempingcikkre, mint a Közép-Magyarországi régió háztartásai.

A **háztartásfők korcsoportjait** reprezentáló változók közül csak az 55-64 éves korosztály változója nem bizonyult szignifikánsnak, az összes többi 1% szinten az volt mindkét modellben, kivéve a 24 éves vagy fiatalabb korcsoportot a probit-modellben, mivel az ott csak 5%-os szignifikancia-szint alatt volt érvényes. A legnagyobb valószínűséggel a logit-modell szerint a 24 éves vagy fiatalabb korosztály háztartásai

költenek sportszerre és kempingcikkre, melyet a 35-44 évesek, a 25-34 évesek – azonban ezek nem sokkal maradnak el a legfiatalabb korosztálytól –, majd lényegesen kisebb valószínűséggel a 45-54 évesek követnek. A probit-modell szerint legnagyobb valószínűséggel a 35-44 éves korosztályúak szerepelnek, akiket nem sokkal lemaradva követnek a 25-34 és a 24 évesek. Itt szintén lényegesen kisebb valószínűséggel szerepelnek a 45-54 évesek. Összességében ezen eredmények alapján megállapítható, hogy a három fiatalabb korcsoport költési valószínűsége jelentősen nem különbözik egymástól és ezek azok, amelyek legnagyobb értékekkel szerepelnek, tőlük jelentősen elmaradva, de még mindig nagyobb valószínűséggel költenek sportszerre és kempingcikkre a 45-54 évesek, míg az 55-64 és 65 éves vagy afeletti korosztályú háztartások nem különböznek egymástól szignifikánsan.

Az esélyhányadosok alapján ezen kiadási tételre való költés esélye a 65 éves korosztályhoz viszonyítva a 35-44 éveseknél 4,14-szoros, a 35-44 éveseknél 3,72-szoros, a 24 éves vagy fiatalabbaknál 3,55-szoros, a 45-54 éveseknél pedig csak 1,52-szoros.

Az **iskolázottsági változóknál** egyértelműen megállapítható, hogy a kiadási hajlandóság az iskolázottsági szint növekedésével emelkedik, mindegyik változó szignifikánsnak bizonyult mindkét modell típusban 1%-os szignifikancia-szint alatt. A legalább főiskolai vagy egyetemi végzettségűek költésének esélye 2,39-szoros, az érettségivel rendelkezőké 1,68-szoros a legalacsonyabb végzettségűekhez képest.

A kiadási tétel esetében szignifikáns eltérés található a **férfi háztartásfőjű** háztartások esetében, akik nagyobb valószínűséggel költenek sportra a nőiekhez képest (A logit-modellben a változó 5%-os, a probit-modellben 1%-os szignifikancia-szint mellett volt szignifikáns.). Esélyhányadosuk 1,35-szoros a nőkéhez képest.

A **nettó jövedelmek** növekedésével a sportszerekre és kempingcikkre való költés valószínűsége is nő, a változó mindkét modellben 1%-os szinten bizonyult szignifikánsnak. Az esélyhányados értéke 1,28-szoros az eggyel alacsonyabb jövedelmi kategóriába tartozó háztartáshoz képest.

Sportrendezvények, belépődíjak

A két modell illeszkedése ismételten egyenrangúnak tekinthető a McFadden-féle R^2 értékek alapján (logit: 0,089; probit: 0,089). A helyesen előre jelzett esetek száma mindkét esetben ismét igen magas, 96,2%-os. Mindkét modell szignifikancia-szintje 1% alatti, Log-likelihood értékük és Likelihood-arányuk újfent szinte megegyezik. A logit-modell

átszámított koefficiensei nagyságrendileg ugyancsak hasonlóak a probit koefficienseihez. (9.3. Melléklet, 43. táblázat)

A **településtípust**, a **gyermekek számát** és a **férfi háztartásfőt** reprezentáló háztartások változói egyik modellspecifikációban sem bizonyultak szignifikánsnak.

Regionális eltérést mindkét modell típusban csupán 10%-os szignifikancia-szint mellett csak a Nyugat-Dunántúli régió esetében találhatunk, melyek az eredmények szerint nagyobb valószínűséggel költenek sportrendezvényre és belépődíjakra a Közép-Magyarországi régióhoz háztartásaihoz képest. Ezen régió háztartásainak esélyhányadosa 1,63-szoros.

A **korcsoportonkénti** eltéréseket vizsgálva a legnagyobb valószínűséggel mindkét modell esetében a 24 éves vagy fiatalabb háztartásfőjű családok költenek ezen tételre (a változó mindkét modell típusban 1%-os szinten szignifikáns), míg a 25-34 és 35-44 évesek korcsoportjába tartozó háztartások ettől lényegesen elmaradók, de referenciakategóriaként szereplő 65 éves vagy idősebbekhez képest nagyobb kiadási valószínűséggel rendelkeznek. Ezen két változó mindegyike 5%-os szinten volt szignifikáns mindkét modell típusban, sőt a 25-34 évesek korcsoportja a logit-modellben 1%-os szinten is. Kiugróan legnagyobb esélyhányadossal szerepel a 24 éves vagy fiatalabb korcsoport, a maga 3,92-szoros értékével, melytől a másik két szignifikáns kategória jóval elmarad, bár értékük nagyságrendileg azonos – a 25-34 éveseknél 1,9-szeres, a 35-44 éveseknél 1,88-szoros.

Az **iskolázottsági változók** mindegyike 1%-os szinten volt szignifikáns és megállapítható, hogy a magasabb iskolázottsági szint egyúttal a kiadási tétel jelenlétének valószínűségét is növeli. A legjobban iskolázott csoport 2,88-szor nagyobb eséllyel költ erre a tételre a legiskolázatlanabbakhoz képest, ugyanez az érték a közepesen iskolázottaknál 2,05.

A **nettó jövedelmi** szint emelkedése ezúttal is a kiadási hajlandóságot növelő tényezőnek bizonyult. A változó mindkét modellben 1%-os szinten szignifikáns volt, az esélyhányados értéke az eggyel alacsonyabb kategóriához képest 1,47-szoros.

Sport-, zene-, tánctanfolyam

A két modell illeszkedése ebben az esetben is egyenrangúnak tekinthető a McFadden-féle R^2 értékek alapján (logit: 0,249; probit: 0,253). A helyesen előre jelzett esetek száma mindkét esetben magas, 89,0%-os. Mindkét modell szignifikancia-szintje 1% alatti, Log-likelihood értékük és Likelihood-arányuk ezúttal is szinte megegyezik. A logit-

modell átszámított koefficiensei nagyságrendileg ugyancsak hasonlóak a probit koefficienseihez. (9.3. Melléklet, 44. táblázat)

A **településméret** változók eredményei alapján megállapítható, hogy mindegyik változó 1%-os szint alatt szignifikáns, és a településméret csökkenése ezúttal is ezen kiadási kategória jelenlétének valószínűségét csökkenti. A budapesti háztartások kiemelkedően nagyobb valószínűséggel költenek erre a kiadási tételre, mint a többi településtípus, de még a megyeszékhelyeken élők is dupla akkora valószínűséggel rendelkeznek ilyen típusú kiadással. Az esélyhányadosok hasonló arányokat igazolnak vissza, kiemelkedő Budapest 3,45-os értéke, melyet a megyeszékhelyek követnek 2,29-dal, majd az egyéb városok 1,49-dal.

A **gyermekek számát** reprezentáló változók mindegyike 1%-os szignifikancia-szint alatt szignifikáns, kivéve az öt vagy több gyermekes változót, amire ugyanez 5%-os szignifikancia-szinten mondható el. Megállapítható, hogy a legnagyobb valószínűséggel a 3-4 gyermekes családok költenek tanfolyamokra, melyet a korábbiaktól eltérően az öt vagy több gyermekesek esetében követ nagyobb valószínűség, majd csak ezt követik az 1-2 gyermekesek. Az esélyhányadosoknál is kiugró értékű a 3-4 gyermekesek 4,43-os értéke. A gyermektelenekhez képest 2,95-dal nagyobb az esélye a tanfolyamokra való költésnek az öt vagy több gyermekesek esetében, és 2,83-dal nagyobb az esélye az 1-2 gyermekeseknél.

Regionális eltérést két régió esetében találhatunk a referenciaregióhoz képest. A Nyugat-Dunántúli régió változója mindkét modellben 10%-os, az Észak-Magyarországi régió változója 5%-os szinten bizonyult szignifikánsnak. Mindkét régió esetében megállapítható, hogy a tanfolyamokra való költés valószínűsége alacsonyabb a Közép-Magyarországi régióhoz képest. Esélyhányadosuk nagyságrendileg azonos, 0,69-szeres a Nyugat-Dunántúli régióhoz és 0,65-ös az Észak-Magyarországi régió esetében.

A **korosztályi változók** mindegyike 1%-os szinten bizonyult szignifikánsnak. Kiemelkedő értékkel a legfiatalabb korosztály rendelkezik, majd ezt a 35-44 évesek korcsoportja követi, amivel nagyságrendileg azonos értékkel rendelkezik a 25-34 évesek korosztálya. A negyedik legnagyobb valószínűséggel a 45-54 éves háztartásfők háztartásai találhatók, végül a legkisebb a valószínűsége az 55-64 évesek korosztályának. A 65 vagy idősebb korosztályhoz képest a legnagyobb eséllyel a 24 évesek rendelkeznek (20,86-os érték), majd a 35-44 évesek 11,06-szor költenek erre a tételre nagyobb eséllyel. A 25-34 évesek 8,63-szor nagyobb eséllyel költenek tanfolyamra, majd a 45-54 évesek következnek 5,85-szoros értékkel, és végül az 55-64 évesek 3,3-szeressel.

Az **iskolai végzettség** változói mindegyik modellben 1%-os szint alatt lettek szignifikánsak, és a korábbi tendencia érvényesült ezúttal is, azaz az iskolai végzettség javulásával nőtt a tanfolyamokra költés valószínűsége. A legalább diplomával rendelkezők tanfolyamra költési esélye 3,13-szor nagyobb a legiskolázatlanabbakhoz képest, míg a középfokú végzettséggel rendelkezőké 1,84.

A **férfi háztartásfőt** reprezentáló változó csak a probit-modellben volt szignifikáns 10%-os szinten, a tanfolyamra költés valószínűsége negatív a nőkéhez képest. Ennek megfelelően az esélyhányados is kisebb egynél (0,84).

A **nettó jövedelmi** változó a korábbiakhoz hasonlóan 1%-os szinten bizonyult szignifikánsnak mindkét modellben, a jövedelmi helyzet javulása ezúttal is a kiadási valószínűség növekedését vonja maga után. 1,42-szor nagyobb az esélye a tanfolyami kiadás jelenlétének az egyik jövedelmi kategóriából a másikba felfelé lépve.

4.3.3. A sportkiadások mértékének alakulása háztartástípusonként

4.3.3.1. Aggregált sportkiadások

A Heckit-modell második részét is futtatva – azaz a kvantitatív egyenletet kalkulálva – a szelekciós tag, a lambda szignifikánsnak bizonyult, azaz kijelenthető, hogy a szelekciós egyenlet hatással van a kvantitatív egyenletre. (28. táblázat) A futtatott Heckit-modellből nyílt lehetőség a valószínűségekre gyakorolt marginális hatások és a kiadási rugalmasságok számítására (9.4. Melléklet, 49. táblázat).

A **településtípus** változói közül ezúttal is mindegyik szignifikánsnak bizonyult, azaz statisztikailag jelentős különbség található a községi változóhoz képest. Hasonló megállapításra juthatunk, mint a sportkiadás jelenlétére vonatkozólag már tettük, azaz a településméretből következő társadalmi, életviteli és sportkínálati sajátosságok összefüggnek a sportkiadások mértékével. A legmagasabb rugalmassági adattal a budapesti változó szerepel, amennyiben itt él egy háztartás, akkor 67,96%-kal többet költ sportra. A megyeszékhelyek háztartásai 25,38%-kal, az egyéb városokban élők 7,14%-kal nagyobb sportkiadásokkal rendelkeznek.

A **háztartásban eltartott gyermekek számát** reprezentáló változó esetében ezúttal csak az 1-2 gyermekeseknél található szignifikáns eltérés (10%-os szignifikancia szint alatt). Itt megállapítható, hogy a gyermektelen háztartásokhoz képest az ő sportkiadásaik nagysága 12,17%-kal alacsonyabb a gyermektelenekhez képest.

A **háztartásfő korcsoportjának** változói szintén szignifikánsnak bizonyultak és sportkiadások nagyságát vizsgálva újfent hasonló tendencia mutatkozott. A legfiatalabb korosztály sportkiadásainak nagysága 112,52%-a a legidősebbeknek. Óriási különbséget mutat ehhez képest a következő kategória, mely ismét a 35-44 éveseké, akik 46,19%-kal költenek többet sportra, mint a legidősebbek. Ezt követően azonban változást tapasztalhatunk a sportkiadási valószínűségekhez képest, mivel a sorban nem a 25-34 évesek következnek, hanem a 45-54 évesek korosztálya 35,46%-os értékkel. Csak utánuk következnek a 25-34 évesek 21,53%-os értékkel. A sort ismét az 55-64 évesek zárják, akik 20,94%-kal költenek többet sportra a 65 év felettiekénél – azaz alig marad el kiadásaik mértéke a 25-34 évesekétől.

A **háztartásfő iskolai végzettségének** javulása egyben a sportkiadások nagyságának növekedésével is jár. A második iskolázottsági kategóriában lévő háztartások 18,55%-kal nagyobb sportkiadásokkal rendelkeznek a legalacsonyabb végzettségűekhez képest, továbbá a legiskolázottabbak költenek legtöbbet sport célra, mivel esetükben 45,9%-kal kapunk magasabb értéket.

A kvalitatív egyenlethez hasonlóan nem található szignifikáns különbség a **férfi és a női háztartások** sportkiadási nagyságai között, amely a korábbi szakirodalmi eredményekhez képest újdonságnak számít, hiszen korábbi kutatások azt sugallták, hogy a férfi háztartásfőjű háztartások költenek többet sportra.

A háztartások **nettó jövedelmei** szignifikáns hatást gyakoroltak a sportkiadások mértékére is, minél nagyobb ugyanis a háztartás nettó jövedelme, annál többet költ sportra. A sportkiadások mértéke kategóriánként csaknem 20,54%-kal nő a jövedelmi helyzet javulásával együtt – azaz eggyel magasabb jövedelmi kategóriába lépve ilyen mértékben nő a sportkiadások nagysága. Azaz a leggazdagabb és legszegényebb háztartások közötti kiadási különbség kb. 84%-os.

Bár a **régiók** változói csak a szelekciós egyenletben szerepeltek a modellekben, ettől függetlenül kiszámítható ezek hatása nem csak a sportkiadási valószínűségekre, hanem a sportkiadások nagyságára vonatkozóan is. Az eredmények értelmében a Közép-Dunántúli Régió háztartásainak sportkiadásainak nagysága a referencia-csoporthoz képest (Közép-magyarországi régió) 17,84%-kal elmarad attól.

28. táblázat: Az aggregált sportkiadási tétel Heckit-modelljéhez tartozó kvantitatív egyenlet összefoglalása

	Aggregált sportkiadások		
	Koefficiens		Sztenderd hiba
const	4.331888 (2.66)	***	1,626945
BP	1.249028 (4.73)	***	0,2641289
MSZH	0.621434 (3.41)	***	0,1824122
EGYVAR	0.2921704 (2.12)	**	0,1381352
GYER12	0.3666297 (1.88)	*	0,1949445
GYER34	0.4338701 (1.62)		0,267675
GYER5	0.2492222 (0.46)		0,5383869
KOR24	1.952326 (3.47)	***	0,5624362
KOR2534	1.101588 (2.82)	***	0,3907181
KOR3544	1.379715 (3.34)	***	0,4127885
KOR4554	0.8884917 (3.11)	***	0,2858731
KOR5564	0.4415548 (2.14)	**	0,2065833
ISK2	0.5948232 (3.44)	***	0,1727348
ISK3	1.142555 (4.18)	***	0,2732372
FFI	-0.0010666 (-0.01)		0,1021364
NJOVKAT	.4233416 (4.75)	***	0,089062
lambda	1.491137 (2.65)	***	0,5633298
Függő változó átlaga			10,17258
Függő változó sztenderd hibája			1,277510
rho			1,7235036
szigma			0,86518

Forrás: saját számítás

4.3.3.2. Részletes sportkiadási tételek

A részletes kiadási tételek esetében a **szelekciós tagok** egyetlen egy esetben sem bizonyultak szignifikánsnak, azaz nem állítható, hogy a szelekciós egyenlet hatással volna a kvantitatív egyenletre. Ennek következménye az, hogy bár STATA programmal

kiszámíthatók a csak a szelekciós egyenletben megtalálható regionális változók rugalmassági értékei, de ezek hatása nem értelmezhető a lambdán keresztül a kvantitatív egyenletben. (9.4. Melléklet)

Sportszerek, kempingcikk

Ennél a kategóriánál a kvantitatív egyenletben a **gyermekek számát** és a **háztartásfő nemét** reprezentáló változók egyike sem bizonyult szignifikánsnak.

A **településtípus** változók közül szignifikáns hatása csak a budapesti háztartások változójának volt 5%-os szinten, ezek a többi háztartáshoz képest többet költenek sportszerekre és kempingcikkre, mint a más településeken élők. A rugalmassági érték alapján a budapesti háztartások 37,33%-kal költenek többet ezen kiadási tételre a községekhez képest.

A **háztartásfő korosztályi** változók közül a 24 éves vagy fiatalabb kategória változója bizonyult egyedülként szignifikánsnak (5%-os szinten), esetükben a rugalmassági érték kimondottan nagyra bizonyult, 217,27%-kal többet költenek ezen háztartások a kiadási tételre a 65 éves vagy idősebbek korosztályához képest.

Az **iskolázottsági** változók közül egyedülként a legalább diplomával rendelkezők voltak szignifikánsak 5%-os szinten, esetükben a kiadások nagysága 44,33%-kal haladja meg a legiskolázatlanabb csoportét.

A **jövedelmi kategóriák** változója csakugyan 5%-os szinten bizonyult szignifikánsnak, a rugalmassági adatok alapján megállapítható, hogy kategóriánként a kiadások mértéke 11,27%-kal növekszik.

Sportrendezvények, belépődíjak

A sportrendezvényekre és belépődíjakra fordított kiadásokra futtatott kvantitatív egyenletben a **lambdán** kívül, semmilyen **más változó** – a konstans tag kivételével – nem bizonyult szignifikánsnak, így ezek rugalmassági értékeiről sem állíthatunk biztonsággal semmit.

Sport-, zene-, táncanfolyam

A **gyermekek számának** és a **háztartásfő nemének** változóiról egyaránt elmondható, hogy azok nem bizonyultak szignifikánsnak.

A **településtípus** változók mindegyike szignifikáns, a budapesti változó 1%-os, a másik két változó 5%-os szinten. Megállapítható, hogy a településméret növekedésével

jelen tételre fordított kiadások nagysága is nő, a rugalmassági adatok alapján a budapesti háztartások 137,41%-kal, a megyeszékhelyek háztartásai 46,66%-kal, más egyéb városok háztartásai 23,94%-kal nagyobb mértékben költenek, mint a községi háztartásokéi.

A **háztartásfők korosztályos** változói közül a 35-44 évesek, a 45-54 évesek és az 55-64 évesek változói egyaránt 10%-os szinten bizonyultak szignifikánsnak. Ezek esetében megállapítható, hogy mindegyik korosztály többet költ a kiadási tételre, mint 65 éves vagy idősebbek referenciacsoportja. A rugalmassági értékek alapján a 35-44 évesek azok, akik legnagyobb mértékben (101,45%-kal), míg a másik két csoport nagyságrendileg azonos mértékben (45-54 évesek 62,92%-kal ill. 55-64 évesek 62,65%-kal) költenek többet tanfolyamokra a legidősebbekhez képest.

Az **iskolázottsági** változók közül mindkettő 5%-os szinten bizonyult szignifikánsnak, egyúttal megállapítást nyert, hogy az iskolázottsági szint javulása ezúttal is hozzájárult a kiadások mértékének növekedéséhez. A középfokú iskolázottsággal rendelkezők 24,77%-kal, a legmagasabb iskolázottsággal rendelkezők pedig 50,88%-kal költenek többet a kiadási tételre a legiskolázatlanabbakhoz képest.

A **nettó jövedelmi kategória** változója 5%-os szinten volt szignifikáns, és jelen esetben is a jövedelmek növekedése a kiadási tétel nagyságának növekedéséhez vezet. A kategóriánkénti rugalmassági érték 10,79%.

4.3.4. A H3 hipotéziscsoport hipotéziseinek értékelése

A H3a hipotézis az aggregált sportkiadások és a sport-, zene-, tánctanfolyamok esetében teljes egészében igazolást nyert, a sportszerek és kempingcikkek esetében csak részben, míg a sportrendezvények és belépődíjak esetében egyáltalán nem.

A H3b hipotézist részben elfogadhatjuk a sportrendezvények, belépődíjak kiadási kategória kivételével mindegyikben. Míg az aggregált kiadások és a sportszerek, kempingcikkek esetében a részbeni elfogadás oka az 5 vagy több gyermekes háztartások inszignifikanciája, addig a sport-, zene-, tánctanfolyamok esetében a gyermekszám növekedése nem eredményezte arányosan a sportkiadások jelenléti valószínűségének növekedését, mivel a 3-4 gyermekes háztartások esetében volt a legnagyobb ez az érték.

A H3c hipotézist el kell utasítani az aggregált valamint a sport-, zene-, tánctanfolyam kiadások esetében, míg részben igaznak tekinthető a sportszerek-, kempingcikkek és sportrendezvények, belépődíjak esetében. A részbeni elfogadást indokolja, hogy az egyes kategóriáknál a dunántúli régiók közül egyesekben valóban magasabb valószínűségi értéket találtunk.

A H3d hipotézist mind a négy kiadási kategóriában részben fogadható el, ugyanis nem nő folyamatosan a sportkiadások jelenléti valószínűsége az életkor csökkenésével, hanem életciklusokhoz köthető hullámváltozás tapasztalható.

A H3e hipotézist minden esetben elfogadhatjuk.

A H3f hipotézist nem fogadhatjuk el, csak a sportszerek, kempingcikkék esetében, a többi esetben nem igaz, hogy a férfi háztartásfőjű családok esetében nagyobb valószínűsége volna a sportkiadásoknak.

A H3g hipotézis minden esetben elfogadható.

A H3h hipotézist elfogadhatjuk az aggregált kiadások és a sport-, zene-, tánctanfolyamok kiadásai esetében, nem fogadhatjuk el viszont a sportrendezvények, belépődíjak esetében és részben fogadhatjuk el a sportszerek, kempingcikkék esetében, mivel utóbbi esetében csak a budapesti háztartásoknál állapítható meg a nagyobb kiadási érték.

A H3i hipotézis minden esetben hamisnak minősíthető.

A H3j hipotézis a sportrendezvények, belépődíjak esetében elvetendő, azonban a többi esetben részben igaznak lehet tekinteni. Míg az aggregált kiadások esetében a hipotézisen az életciklus hatások módosítanak, addig a sportszerek, kempingcikkék esetében csak a legfiatalabbakra igazolható a hipotézis, míg a sport-, zene-, tánctanfolyamok esetében a 35 év feletti kategóriákra igaz.

A H3k hipotézist igaznak fogadhatjuk el az aggregált kiadások és a sport-, zene-, tánctanfolyamok kiadásai esetében, hamisnak ítéljük a sportrendezvények, belépődíjak kiadásainál és részben minősíthető igaznak a sportszerek, kempingcikkék esetében – mivel csak a legiskolázottabb kategóriára érvényes.

A H3l hipotézis minden esetben elvetendő.

A H3m hipotézis igaznak bizonyult a sportrendezvények, belépődíjak kategóriáján kívül mindegyik esetben.

4.4. Új tudományos eredmények, hipotézisek elfogadása és elvetése

A következőkben a 3.1-es alfejezetben megfogalmazott hipotézisek megerősítése, avagy elvetése található. Bizonyos esetekben szükség szerint kiegészítések történtek. A harmadik hipotéziscsoport egyes hipotézisei felett külön-külön vizsgálat döntött mindhárom kiadási kategóriára vonatkozóan.

H1a hipotézis: egyértelműen elfogadható a két trendvonal lefutása alapján, amelyek hasonló hullámzást mutatnak, a jövedelmi trend esetében a hullámok nagyobbak, míg a sportkiadások esetében „kisimítottabbak”.

H1b hipotézis: a jövedelemrugalmassági érték szignifikánsan különbözik 1-től, így a kétszeres jövedelemrugalmasságot elfogadhatjuk, ami azonban már a luxusjóságokra jellemző.

H1c hipotézis: az árrugalmassági érték szignifikánsan különbözik 1-től, továbbá a negatív előjel jelzi, hogy fordított arányosságról van szó, azaz a -2,2 mértékű árrugalmasság alapján kijelenthetjük, hogy a hipotézisben megfogalmazott egységnyi árrugalmasság nem állja meg a helyét.

29. táblázat: A H1 hipotézis-csoportra vonatkozó megállapítások

Hipotézis	Igaz	Hamis	Kiegészítés
H1a	X		
H1b		X	Magyarországon a sportfogyasztás mikroökonómiai értelemben elemzéseink alapján luxuscikknek tekintendő.
H1c		X	A sportfogyasztás ugyan árrugalmas (fordított irányú), azonban nem egységnyi, hanem 2-szeres mértékű a változás.

Forrás: saját szerkesztés

H2a hipotézis: A 2. klaszter esetében bár lényegesen kisebb a sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszereléseire költött kiadások értéke, mint az 1. klaszter országainál, de az átlagos összes fogyasztás mégis némileg magasabb. Ez a feltételezett trendtől való eltérést jelent, azonban a jelenség magyarázatául szolgálhat az a feltételezés, hogy ezekben az országokban magasabb a jövedelemegyenlőtlenség mértéke is, mint az 1. klaszter esetében. Ez azt jelentheti, hogy a magasabb jövedelműek azok, akik többet képesek sportra költeni, ők pedig feltételezhetően előnyben részesítik a wellness típusú sportszolgáltatásokat – amelyek árfekvése magasabb – a lényegesen nagyobb fizikai aktivitást igénylő, alapvetően felszerelés-igényesebb

sportoknál, így a 2. klaszter országaiban az ezekre fordított kiadások is alacsonyabbak.

Ugyanakkor észre kell venni azt is, hogy az első két klaszter esetében a Gini-koefficiensek értéke alacsonyabb volt a harmadik és negyedik klaszterhez képest, továbbá ezekben az országokban a sportköltségek is nagyobb értékben voltak jelen. Ismételten a tendenciának némiképp ellentmondó tény, hogy a harmadik klaszter országai esetében volt a legmagasabb a jövedelemegyenlőtlenség mértéke, azonban a sportkiadás mégis lényegesen meghaladta ezekben az országokban az alacsonyabb jövedelemegyenlőtlenségű negyedik klaszter sportkiadásait. A negyedik klaszter Gini-koefficiensének értéke nem annyival magasabb a második klaszterhez képest, mint amennyit a sportkiadások különbsége sejtetni enged – a különbség ezúttal is valószínűsíthetően az átlagos fogyasztói kiadásokban és a várható élettartamban megtalálható különbségekben keresendő.

Bár a második klaszter országaiban némiképp magasabb a várható élettartam (0,12 évvel, azaz alig másfél hónappal), mégis alacsonyabb a sportköltség mértéke az 1. klaszterhez képest – viszont a vizsgált minta átlagához viszonyítottnan magasabb. Ennek az ellentmondásnak az oka részben kereshető a jövedelemegyenlőtlenségbeli különbségben.

H2b hipotézis: Az integráló eljárás végeredményei alapján a skandináv országok közül Finnország, Norvégia és Svédország valóban egy klasztert alkotnak, de kiegészülnek még a közép-európai Szlovéniával és szomszédjával, Ausztriával. Ez az ország csoport az 1. számú klaszter, amelyet a magas várható élettartam és a magas sportkiadások jellemeznek. A három skandináv ország minden klasztereljárás során ugyanazon klaszterbe tartozott, amelynek okai alapvetően a lakosság sport és egészségtudatos életmód iránti beállítottságában, közös történelmi gyökereikben keresendő. (Eichberg, 2007) A Nyugat-európai országok közé előzetesen besorolt csoport tagjai az összevont klasztereljárás során alapvetően egybe tartoznak. Az egyetlen kivételt a már említett Ausztria képezi. Hozzájuk csatlakozott még a skandinávok közül Dánia és a mediterrán országok közül Málta, Ciprus, Görögország és Olaszország is. Mindenképp kijelenthető, hogy a vizsgált szempontok szerint a nyugat-

európai országok összetartozónak tekinthetők, ezek azok, amelyek legrégebben tagjai az Európai Uniónak és amelyekben az életszínvonal is a legmagasabb. A második klaszter országai közül, a klaszter „alján” helyezkednek el a klaszter mediterrán országai, ezek vannak legközelebb a harmadik klaszter országaihoz, amelyek a többi mediterrán országot tartalmazzák – egy kivétellel. Így bár több klaszterbe kerültek a mediterrán országok, de az mindenképpen elmondható róluk, hogy nem gyökeresen különböznek egymástól a vizsgált szempontok szerint, még akkor sem, ha van egy csoport, ahol a sportköltségek és az életszínvonal némiképp magasabb, és van egy olyan csoport, ahol alacsonyabb. A kelet- és közép-európai országok – Csehország kivételével – teljes mértékben egy klaszterbe kerültek az összevont klasztereljárás során, valamint ebbe, a 4. klaszterbe tartoznak a balti államok is és egyetlen mediterrán országgént Horvátország – amely azonban a 4. klaszter tetején, tehát a 3. klaszterhez legközelebb helyezkedik el. Érdemes megfigyelni, hogy a 4. klaszter alján kaptak helyet a balti államok, Lengyelországgal együtt – amely négy ország így egy földrajzi egységként is kezelhető – amelynek oka a 6. klasztereljárás alapján elsősorban a kiugróan magas jövedelemegyenlőtlenségben és a némiképp alacsonyabb várható élettartamban keresendő, nem pedig elsősorban a sportköltségek alacsonyabb szintjében.

30. táblázat: A H2 hipotézis-csoportra vonatkozó megállapítások

Hipotézis	Igaz	Hamis	Kiegészítés
H2a	X		A gazdasági fejlettséget reprezentáló mutatók alapvetően kirajzolják azt a tendenciát, amely szerint a fejlettebb országok sportfogyasztása nagyobb mértékű, ugyanakkor a tendenciától vett kisebb eltérések azért bizonyos esetekben megállapíthatók.
H2b	X		Részben bizonyult igaznak.

Forrás: saját szerkesztés

- H3a hipotézis:** Sportszerek és kempingcikkék esetében csak a két legurbanizáltabb településtípus volt szignifikáns.
- H3b hipotézis:** Az 5 vagy több gyermekes háztartások változója nem volt szignifikáns az aggregált kiadások és a sportszerek, kempingcikkék esetében. A sport-, zene-, tánctanfolyam változók esetében a legnagyobb valószínűsége a 3-4 gyermekes kategóriának volt, majd ezt követte az 5 vagy több gyermekesek kategóriája.
- H3c hipotézis:** A legnagyobb valószínűséggel a Közép-Dunántúli régió háztartásai költenek sportra az aggregált sportkiadások alapján, ugyanitt ill. a Nyugat-Dunántúli régióban a legnagyobb a valószínűség a sportszerek, kempingcikkék esetében. A sportrendezvények és belépődíjak esetében a Nyugat-Dunántúli régióban a legnagyobb a valószínűségi érték, a többi régió közt nincsen szignifikáns különbség. A sport-, zene-, tánctanfolyam kategóriában a Nyugat-Dunántúli és az Észak-Magyarországi régió háztartásai kisebb valószínűséggel költenek sportra a referenciaregióhoz képest.
- H3d hipotézis:** Az aggregált kiadási adatok és a sport-, zene- tánctanfolyam adatok alapján az életciklusnak megfelelő hullámváz található a sportkiadási valószínűségekben. Sportszerek és kempingcikkék esetében hasonló hullámváz figyelhető meg a logit-modellben, mint az aggregált adatoknál, a probit-modellben viszont a 35-44 éves korosztályig növekvő valószínűségeket találunk. Sportrendezvények és belépődíjak esetében a fordított arányosság áll fenn, de ez csak az első három életkori kategóriára volt bizonyítható.
- H3f hipotézis:** A sport-, zene-, tánctanfolyam kiadásoknál csak a probit-modellben volt szignifikáns a férfi kategória változója, de kisebb valószínűséget jelzett, mint a női.
- H3h hipotézis:** A sportszerek és kempingcikkék esetén a hipotézis csak a budapesti háztartások esetében igaz.
- H3j hipotézis:** Az aggregált sportkiadások esetében az életciklus hatása módosítja az egyenes arányosságot, a 25-34 évesek korosztálya az előzetesen várttal ellentétben a többi fiatal vagy középkorú korosztályhoz képest kevesebbet költ. A sportszerek, kempingcikkék esetében csak a

legfiatalabb korosztályra igazolható a hipotézis. A sport-, zene-, tánctanfolyam kiadások esetében csak a 35 évesnél idősebb korosztályok esetében igaz az állítás.

H3k hipotézis: A sportszerek és kempingcikkék esetében csak a legiskolázottabb kategóriára érvényes a hipotézis.

31. táblázat: A H3 hipotézis-csoportra vonatkozó megállapítások

Hipotézis	Aggregált sportkiadások	Sportszerek, kempingcikkék	Sportrendezvények, belépődíjak	Sport-, zene-, tánctanfolyam
H3a	I	RI	H	I
H3b	RI	RI	H	RI
H3c	H	RI	RI	H
H3d	RI	RI	RI	RI
H3e	I	I	I	I
H3f	H	I	H	H
H3g	I	I	I	I
H3h	I	RI	H	I
H3i	H	H	H	H
H3j	RI	RI	H	RI
H3k	I	RI	H	I
H3l	H	H	H	H
H3m	I	I	H	I

Jelmagyarázat: I: igaz, H: hamis, RI: részben igaz

Forrás: saját szerkesztés

5. Következtetések

A kutatás során egyértelműen bizonyítást nyert, hogy a magyar lakosság körében a sportfogyasztás alakulását az éppen aktuális életszínvonal döntő mértékben befolyásolja. Ezt támasztják alá a jövedelmi és a sportfogyasztási adatok trendvonalai, valamint a jövedelem és ár rugalmassági adatok is. Amennyiben azt feltételezzük, hogy a sportkiadások nagyságának alakulása mögött némiképp párhuzam található a sportbeli aktivitással, a sportban történő aktív és passzív részvétellel is, akkor joggal aggódhatunk a magyar sportpiac jövője felől. Ugyanakkor következtetések megfogalmazásakor hangsúlyozandó, hogy a sportkiadások alakulása és a sportfogyasztásbeli részvétel gyakorisága között mégsem rakható egyenlőségjel.

Ha az életszínvonal javulása hatással van az aktív sporttevékenységek végzésének gyakoriságára, akkor a jelenlegi recesszió a sportolás hiányán keresztül tovább rontja a magyar lakosság egészségi állapotát – eltekintve a többi egyéb negatív hatásoktól, mint pl. az egészségügyi ellátás színvonala, táplálkozási szokások stb.

A sportpiac kínálati oldalának szereplői – az aktív és a passzív sportpiacon egyaránt – sok más ágazathoz hasonlóan komoly visszaeséssel számolhatnak a háztartási szektor keresletében, amely a tőkével amúgy sem túl jól ellátott szolgáltatókat – melyek jellemzően hazai tulajdonúak – a túlélésért folytatott harcban nehéz helyzetbe fogja hozni – tekintettel arra, hogy a szórakoztatóipar más szegmenseiben szereplő multinacionális vállalatok ezen a téren nyilvánvaló előnyből indulnak.

E dolgozat jövedelemrugalmasságra vonatkozó megállapítása – miszerint a sportfogyasztás luxusjóság jellegű – összhangban van azzal a közgazdasági elvvel, hogy az emberek a növekvő jövedelem hatására csökkentik munkakínálatukat és a munkával töltött idejüket, ezzel párhuzamosan pedig növelik a szabadon eltölthető idejüket – amelyet például sportolásra lehet fordítani. Ha pedig ennek egy részét valóban sportolásra fordítják, akkor nyilván megnövekszik a sportfogyasztási cikkek iránti keresletük is, ami természetesen fordítva is igaz, és gyaníthatóan jelenleg épp erre szolgáltat példát a magyar társadalom.

A luxusjóságok azonban nem minden jövedelmi szint mellett minősülnek luxusjóságnak. Gyakran, ha az egyén jövedelme elér egy bizonyos szintet, akkor megváltozik kiadási szerkezete, és az addig luxusjóságként fogyasztott jóság közönségessé vagy alsóbbrendűvé válik, és nem fogja még olyan ütemben sem növelni belőle a fogyasztását, mint ahogyan jövedelme nő, sőt esetleg csökkenti is keresletét iránta.

Jelenleg azonban a magyar lakosság esetében olyan alacsonynak mondható a jövedelmi szint, hogy a sportfogyasztás luxusnak számít.

A sportfogyasztási modell alapján a jelenlegi negatív jövedelmi tendenciákat valamelyest ellensúlyozhatná a sportfogyasztás árának relatív csökkenése, bár nyilván valóan önmagában ez kevés ahhoz, hogy a jelenlegi negatívba forduló tendencia gyorsan megváltozzon. A sportpolitika feladata lehetne olyan ösztönzők kialakítása, amelyekkel a sportot fogyasztók számára a sportszerek és szolgáltatások könnyebben elérhetőek lennének (pl. a sportszerekre vonatkozó ÁFA csökkentése). Az adószabályok módosítása az utóbbi idők sportpolitikáját figyelembe véve nem volna példa nélküli, hisz jelentős forrásbevonást eredményezett a magyar sportszféra számára a Társasági Adó kedvezmények újszerű kialakítása is. Ugyanakkor ez a forrásbevonás az üzleti szféra oldaláról és az államkassza kárára történt meg, nem pedig a végső felhasználók a fogyasztók oldaláról, holott erre is szükség lenne.

Nyilvánvaló, hogy rövidtávon a jövedelmek és az árak azok, amelyek legnagyobb hatást képesek gyakorolni a sportfogyasztás alakulására. Ugyanakkor, ahogy a sportfogyasztási modellekben is megfogalmazásra került számos egyéb tényező is befolyásolja a fogyasztói preferenciákat, igaz, ezek hosszabb távon alakíthatók jobban.

Keresztmetszeti kutatásaink alátámasztották ezen tényezők szerepét a sportfogyasztás jelenlétére vonatkozóan, igazolva a nemzetközi szakirodalomban a külföldi országokról rendelkezésre álló ismereteket. (Davies, 2002; Downward – Riordan, 2007; Humphreys – Ruseski, 2006; Pawlowski, 2009) Szintén hasonlóságot mutatnak kiadási kutatásaink a magyar szakirodalomban a sportbeli aktivitással kapcsolatos kutatások eredményeivel (Földesiné – Gaál – Dóczi, 2008; Gáldi, 2004; Neulinger, 2007; Szabó, 2006; Perényi, 2010; Perényi, 2011), amelyekhez képest jelen kutatás eltérő kérdésfeltevést fogalmazott meg, hisz nem arra voltunk kíváncsiak, hogy bizonyos elemek milyen hatással vannak a sporttevékenységek végzésére, hanem arra, hogy ugyanezen elemek milyen hatással vannak ezen sporttevékenységekre való költségekre. Még akkor is igaz ez, ha figyelembe vesszük azt, hogy ezekhez képest kisebb eltérések tapasztalhatók a magyar viszonyok között (főleg a részletesebb kiadási kategóriák esetében), de az alapvető tendenciák nagyon hasonlóak.

Meglepő eredményre jutott jelen kutatás ugyanakkor a háztartásfők nemének vizsgálatakor, hiszen az eddigi kutatások minden esetben a férfiak aktív sportbeli részvételéről és nagyobb sportkiadási hajlandóságáról számoltak be, míg erre utaló

szignifikáns hatást csak az egyik kiadási részkategóriánál volt megfigyelhető, máshol ez nem érvényesült.

Az alapvető tendenciák alapján – melyekkel kapcsolatban hangsúlyozandó, hogy általános következtetések, és az eredmények alapján és nem feltétlenül érvényesülnek mindegyik kiadási részkategória esetében teljes mértékben – az alábbi megállapítások tehetők:

- Amennyiben a háztartás urbanizáltabb településen él – mely indikátor az eltérő társadalmi összetételt és a sportkínálat eltérő minőségét is hivatott jelezni –, akkor az eredmények alapján nő a sportfogyasztási hajlandóságuk és kiadásaik mértéke egyaránt. Ennek okai között szerepelhet, hogy a nagyobb településeken lényegesen fejlettebb a sportpiac kínálata, több lehetőségük nyílik az itteni lakosoknak a számukra megfelelő termék és szolgáltatás kiválasztására. Ugyanakkor az ezen településeken jellemző eltérő életmód is nagy jelentőségű lehet, hiszen jellemzően a kisebb településeken igaz az, hogy a munkával töltött idő komolyabb fizikai aktivitást is jelent – pl. mezőgazdasági és háztáji tevékenységek – amelyek az itteniek mozgásigényét is jobban kielégítik, szemben a nagyobb településen élők egyre inkább jellemzően ülő életmódjával. Továbbá az eltérő településtípusokon eltérő a társadalmi csoportok összetétele is – például a kisebb településeken jellemző az előregedő korszerkezet –, ami szintén a különböző csoportok attitűdjeitől függően befolyásolja a sportfogyasztást és a sporttevékenységek iránt megnyilvánuló igényeket is.
- A gyermekek háztartásbeli jelenléte – nem meglepő módon – növeli a kiadási hajlandóságot, hiszen a fiatalok életmódjában és gyermekkorban fokozottan jelen van a sportolás – bár még mindig nem a kívánatos mértékben – így a gyermekszámmal együtt nő a háztartások sportkiadási hajlandósága. (Ez a tendencia az 5 vagy annál nagyobb gyermekszámmal rendelkező háztartásoknál nem volt igazolható, így inkább az ez alatti létszámú háztartásokra vonatkozik a megállapítás.) Ez természetesen a háztartásban élő szülőkre is pozitív hatással lehet, hiszen számos esetben a gyermekek aktivitása sarkallja mozgásra a szülőket is, akár a gyermekekkel együtt is. Ugyanakkor mindenképpen meglepő, hogy a nagyobb mértékű hajlandóság ellenére a sportkiadások mértéke már közel sem magasabb a többgyermekes háztartásokban, sőt bizonyos esetekben szignifikánsan alacsonyabb értékek állapíthatók meg. Ennek magyarázata szintén több oldalú lehet: (1) az olcsóbb sporttermékeket és sportszolgáltatásokat fogyasztják, (2) a

- háztartás létszámának növekedésével több szükségletére kell költenie a háztartásnak, így az egyes szükségletekre kevesebbet tudnak fordítani.
- Az eredmények alapján megállapítható, hogy a fiatalabb háztartásfőjű családok általában nagyobb hajlandóságot mutatnak a sportkiadásokra és többet is költenek azokra, mint az idősebbek, ami ismételten azzal lehet összefüggésben, hogy a fiatalos életmódhoz jobban hozzátartozik a sport. Fordított arányosság ugyanakkor egyértelműen nem mondható ki az életkor és a sportfogyasztás közt, hisz hullámozást tapasztalunk az életkori kategóriákban, amely alapvetően a különböző életciklus-szakaszokhoz köthető eltérő életstílussal magyarázható. Megállapítható, hogy a valószínűsíthetően komolyabb egyszintenciával rendelkező középkorú háztartásfők családjai jobban megengedhetik maguknak a sport „luxusát” és többet költenek rá.
 - A korábban hazánkban készült sportolási hajlandóságot felmérő tanulmányokkal összhangban jelen kutatás a sportkiadásokra vonatkozóan is alátámasztotta, hogy az iskolázottság javulásával a sportkiadási hajlandóság és a sportkiadások mértéke is jelentősen növekszik. Ennek az a magyarázata, hogy a jobb képzettség egyben olyan szemléletmóddal is jár együtt, mellyel az egyén képes felismerni az egészségi állapotára ható tényezők jelentőségét és sikeresebben tudja ezeket a maga javára fordítani. Ráadásul a következő generációk számára is sikeresen képes átadni az egészségtudatos szemléletmódot. Mindezekből adódóan az oktatás színvonalának és az átlagos képzettségi szint emelésének a jelentősége ebből a szempontból is döntő szerepű.
 - Területileg elemezve a sportkiadásokat, némiképp meglepő módon nem találtunk egy-egy régió kivételével komoly regionális eltérést a sportkiadások háztartási költségvetésben történő jelenlétére vonatkozóan. Ez mindössze olyan szempontból meglepő, hogy Ács (2007) korábbi kutatásában – igaz ő a versenysportbeli regionális versenyképességet vizsgálta – kimutatta a magyar sport területi versenyképességének eltéréseit, ami azt sejtette, hogy a lakossági sportkiadások tekintetében is találhatók lesznek hasonló eltérések.
 - Eredményeink nem mutattak szignifikáns különbséget bármelyik nemű háztartásfővel rendelkező háztartások sportköltségeiben. Éppen ezért a jövőbeli vizsgálatok során érdemes a nemek szerinti vizsgálatot kiterjeszteni a családok egyes tagjainak nemi különbségeire, mert valószínűsíthetően ez az, ami igazán

jelentőséggel bírhat. Valószínűsíthetően, amennyiben ilyen módon mélyebben vizsgálánk a háztartások összetételét, akkor tapasztalhatnánk azt a más szakirodalmakban már megállapított tényt, hogy a háztartások női tagjai kevesebbet költenek sportra, mint a férfiak.

A klasztereljárás során kapott eredményekkel kicsit tágabb kontextusba kerültek a magyar sportfogyasztási szokások, amelyek kedvezőtlen jellegét az idősoros és a keresztmetszeti eredmények is sejtetni engedik.

Érdeemes összevetni a kialakult klasztereket az Eurobarometer 2004-es felméréseinek eredményével, amelynek témája az EU-országok lakosságának sporthoz való viszonya. (Eurobarometer, 2004) Az Eurobarometerben feltett egyik kérdés arra vonatkozott, hogy a lakosság hány százaléka az, amely saját bevallása szerint sohasem sportol.

E kutatás eredményeként a sportolás szempontjából legjobbnak minősülő csoport az 1. klaszter, melynek tagjai közül Norvégia ugyan nem szerepel az Eurobarometer kutatásban, de a többi klasztertag Ausztria kivételével mind azon országok közé tartozik, ahol a lakosság körében a teljesen inaktívak aránya a legalacsonyabbak közé tartozik (30%-nál alacsonyabb), sőt a 2. klaszterbe sorolt Dánia és Írország is ide sorolandó. Ez azt sugallja, hogy ezekben az országokban nem csupán azért magas a sportkiadások aránya, mert magas az életszínvonal és egyfajta magas társadalmi státuszhoz kapcsolható a sportolás, mint szabadidő-eltöltési forma, hanem széles körben gyakorolt tevékenység, ami feltételez egy egészségtudatos életmódot is.

A nyugat-európai országokban az inaktívok aránya kivétel nélkül 31-45% közé esik. Ezek az országok klasztereljárásaink során a 2. klaszterbe kerültek. Ebbe az inaktivitási arányba tartozik Ausztria is, valamint a klasztereljárás során alacsonyabban rangsorolt országok közül Csehország és Szlovákia is. Ezekben az országokban tehát több, mint a lakosság fele sportol valamilyen rendszerességgel.

Valószínűsíthetően – bár ez egyik kutatásból sem derül ki – a kisebb sportköltségű országokban az anyagilag kevésbé igényes sportágakat preferálják, míg a régebbi EU-tagországokban többen veszik igénybe a presztízis jellegű sportszolgáltatásokat, amelyek magasabb árfekvésűek. A jövőben erre vonatkozóan érdemes volna kutatást végezni.

A szintén 2. klaszterbe besorolt Olaszország, Görögország, Ciprus – amelyek ugyanakkor, mint már említésre került a klaszter alján, azaz a klaszterátlagtól lefelé eltérve legtávolabb helyezkednek el és a klaszter elemei közül a legközelebb állnak a 3. klaszterhez – esetében az inaktívok aránya már a 46-60%-os sávba esik, amely arány mindenképpen magasnak mondható. Az Eurobarometer kutatás alapján a mediterrán

országok – kivéve Máltát – hasonlóan rossz aktivitási szinttel rendelkeznek, mivel ebbe a sávba tartozik Spanyolország és Portugália is – mint a 3. klaszter országai. Sőt Portugália inaktivitási szintje a legmagasabb az Eurobarometerbe bekerült országok közül.

A 4. klaszter országai, a kelet- és közép-európai országok csoportja – a már említett cseh és szlovák példák kivételével – szintén a nagy inaktivitást mutató országok közé tartozik. Érdekes, hogy Észtország a többi balti államtól eltérően viszonylag alacsonyabb inaktivitási mutatóval rendelkezik.

Az elemzés során kialakult klaszterek mindenképpen azt sejtetik, hogy a magasabb életszínvonalal, jobb gazdasági helyzettel rendelkező országok népessége nagyobb hangsúlyt fektet a szabadidős sportolásra, ugyanakkor egyfajta szemléletmódot is sugall az adott ország lakosainak körében, amely mindenképpen olyan kemény tényezőnek minősül, amely csak generációk alatt változhat meg. Sajnálatos módon Magyarország abba a kultúrkörbe tartozik, ahol a lakosoknak nem kifejezetten tartozik hozzá a mindennapjaikhoz az aktív sporttevékenység, sokkal inkább a passzív tevékenységeket részesítik előnyben (és még ezen a téren is háttérbe szorulnak a sporttal kapcsolatos elemek). A hazánkban nemrégiben bevezetett mindennapos testnevelés nyilván valóan az ilyen attitűdök megváltoztatására irányul, még ha megvalósítása nem is tűnik problémamentesnek.

5.1. Az eredmények hasznosíthatósága és jövőbeli kutatási irányok

A fenti eredmények alapján kijelölhetők azok a fogyasztói csoportok, amelyeket kiemelten kellene kezelni sportfogyasztásuk serkentése céljából, mivel feltételezhetően ezek azok a csoportok, amelyek attitűdjeik, ismereteik és anyagi lehetőségeik hiánya, vagy a korlátozott kínálattal való szembesülések okán nem képesek vagy nem akarnak a kívánatosnak tartható mértékben megjelenni a sportpiacon. Ezek elsősorban a kisebb településen élők, az idősebb korosztályok, az iskolázatlanabbak valamint a rosszabb jövedelmi helyzetűek. Mindemellett természetesen különleges figyelmet kell szentelni a legfiatalabb korosztályokra, a gyermekek sportra való szocializálására, hiszen az ebben a korban megszilárdult attitűdök a későbbiek során is a személyiség részét fogják képezni. Természetesen ez a korosztály jelenleg a szülők révén közvetetten jelentkezik fogyasztóként a piacon, viszont hosszú távon komoly, közvetlen fizetőképes keresletet jelenthetnek.

A jövőben szükségesnek mutatkozik a kutatás kiterjesztése, újabb magyarázó változók felvétele a modellekbe, melyre vonatkozóan a magyar adatbázisok nem, vagy csak szegényesen tartalmaznak adatokat, ugyanakkor nemzetközi kutatásokban már több esetben használtak hasonlókat (pl. sportkínálat minősége, fogyasztói attitűdök, szocializációs jellemzők, társadalmi helyzet stb.). Szerencsés volna továbbá a jövőben olyan adatbázis létrehozása, melyben a lakosság sportkiadási adatai a HKF-ben használt csoportosítási rendszertől eltérően még részletesebben és pontosabban szereplnének. Ezzel még egzaktabb elemzés válna elvégezhetővé az aktív és a passzív sportkiadási tételekre vonatkozóan, felhasználva jelen kutatás módszertanát és meglévő megállapításait.

6. Összefoglalás

Jelen doktori disszertáció célja egy olyan, jelenleg még nem túl jól feltérképezett terület alaposabb megismerése volt, amely a jelenlegi kormányzati irányelvek szerint kiemelten kezelendő. Az elmúlt időszakban többszörösen deklarálásra került, hogy a sportra, mint stratégiai ágazatra szükséges fókuszálni, ennek megfelelően számos intézkedés is történt, mely a magyar sportélet bizonyos szektorait alapvetően új helyzetbe hozta. Ugyanakkor a lakosság fokozottabb sportkeresletét generáló intézkedések kevésbé születtek, talán a megfelelő ismeretek hiányában is. Ezért a dolgozat elsődleges feladata egy olyan elemzés elkészítése volt, amely a nemzetközi sportgazdasági szakirodalomban alkalmazott módszertannal lehetővé teszi a fejlesztendő területek és irányok megismerését.

Sajnálatos módon a magyar sportgazdasági kutatások legfőbb gátló tényezőjét a megbízható adatok szűk köre jelenti. Jelen kutatás ugyanakkor egy olyan méretű és megbízhatóságú reprezentatív adatbázison alapszik, amely jó alapot szolgáltatott mikro szintű elemzések elvégzésére. Bár a Háztartási Költségvetési Felvételek nem kimondottan a sportfogyasztásra orientáltak, de jól használható adatokat tartalmaznak, ráadásul a felmérésben résztvevő háztartásokra vonatkozóan néhány igen fontos szocio-demográfiai és gazdasági jellemzőt is rögzítenek.

A kutatás során idősoros elemzéssel került vizsgálatra a rendszerváltás óta eltelt időszakban a sportfogyasztás alakulása, az azt döntően befolyásoló jövedelmi helyzet és a sportfogyasztási cikkek relatív árszínvonala. Ezekből sportfogyasztási-modell is felépítésre került, mellyel a sportfogyasztás jövedelem- és ár rugalmasságának vizsgálata is lehetővé vált. Az idősoros elemzés további részletezésére a 2008-as adatokon végzett keresztmetszeti elemzés adott lehetőséget, melyben a Heckit-modell kétlépéses regressziós eljárás futtatása segített. A nemzetközi kitekintés érdekében a magyar sportfogyasztást elhelyezendő az európai országok között klaszteranalízis elvégzése történt, hogy milyen homogén ország csoportok képezhetők a sportfogyasztás és az életminőség különböző indikátorai mentén.

Az eredmények a nemzetközi szakirodalomban található eredményekkel és hasonló jellegű kutatásokkal jól összehasonlíthatóak a hasonló módszertani megközelítés miatt.

Mikroökonómiai szempontból kijelenthető, hogy a sport hazánkban jelenleg luxusnak számít. Általános trendként megfogalmazható a magyar lakosság körében, hogy a nagyobb településtípus, a jobb iskolázottság, a magasabb gyermeklétszám és a javuló jövedelmi helyzet javítja a sportköltségi hajlandóságot és a sportkiadások mértékét. Ugyanakkor

általánosítható következtetés nem vonható le a regionális és nembeli eltérésekre vonatkozóan.

Nemzetközi viszonylatban Magyarország a rossz egészségi állapotú lakossággal, sportra keveset fordító háztartásokkal rendelkező országok klaszterébe tartozik, mely klaszterek kialakulásában a vizsgált tényezők mögött meghúzódó kulturális értékek és történelmi hagyományok valószínűsíthetően jelentős szerepet játszanak.

Az eredmények ismertetését követően az azokból levonható következtetések ismertetésére került sor, különös tekintettel azokra a lehetőségekre, melyek a sportfogyasztók ösztönzésére és fokozottabb sportfogyasztás generálására hivatottak.

A kutatás hasznosítható a sportpolitikai döntéshozók számára országos, regionális vagy akár lokális szinten is, továbbá megfelelő módszertani és összehasonlítási alapot képezhet egy jövőbeni, még részletesebb és még több szempontot magában foglaló kutatás számára is.

7. Summary

The aim of the present dissertation is to get a deeper insight into a so far less examined field, which –according to the present government directives– should receive priority. It was declared several times in the past that sport as a strategic sector should be given special attention. Accordingly, several measures have been taken creating a basically new situation for certain sectors of Hungarian sport life. At the same time relatively little was done in order to generate an increase in the population's demand for sports, a likely reason of which was the scarcity of relevant information. Therefore, the primary goal of the thesis was to make an analysis which, – based the methodology used by the international literature – helps to reveal in which fields and directions to proceed.

The main hindering factor for Hungarian sport economic researches is the scarcity of reliable data. Nevertheless, the present study was based on a reliable representative database which provided sufficient basis for microeconomic analyses. Although the Household Budget Surveys are not specifically sport consumption oriented, they contain useable data, among them some very important socio-demographic and economic properties of the households covered by the survey.

The research analyzes trends in sport consumption during the period that has elapsed since the transition using time series of the main influencing factors – income and the relative price level of sport consumption goods. Thus, a sport consumption model was constructed which made it possible to study the income and price elasticity of sport consumption. Analysis of the time series was further examined by means of a panel analysis of the data for 2008. This was helped by running the regressive two-scale Heckit model. In order to get an international outlook, and to identify Hungary's place among the European countries with regard to sport consumption a cluster analysis was carried out revealing homogeneous groups of countries created with the help of different indicators linked to sport consumption and quality of life.

In view of the similarities in methodological approach these results are easy to compare with the results found in international literature and other relevant research studies.

We can declare that in a micro economic sense sport consumption in Hungary, at the moment, is a luxury good. It can be formulated as a general rule that bigger settlement type, higher educational level, higher number of children, and better income situation lead

to an increased possibility and measure of sport expenditures of the Hungarian households. At the same time no general conclusions can be drawn regarding regional and sexual differences.

By international standards Hungary belongs to a group of countries with poor health status and low level of sport expenditures. Cultural attitudes and historical traditions lying behind the examined factors are likely to play an important role in forming the different clusters.

The description of the research outcome is followed by the presentation of the conclusions to be drawn with special view on the possibilities of encouraging potential consumers and promoting sport consumption.

The results of the study could be used by decision makers in sport policy at national, regional or even local levels, and could serve as a methodological basis and basis for comparison with further, more detailed and more comprehensive research in the field.

8. Hivatkozásjegyzék

1. 2004. évi I. törvény a sportról
2. 2011. évi LXXXII. törvény a sport támogatásával összefüggő egyes törvények módosításáról
3. ÁCS P. (2007): A magyar sport területi versenyképességének vizsgálata többváltozós statisztikai módszerekkel. *Tér és Társadalom*, 21 (2) 117-126. p.
4. ÁCS P. – BORSOS A. – RÉTSÁGI E. (2010): A serdülőkorúak szubjektív életminőségének vizsgálata a Nyugat- Dunántúli régióban. In.: „*Tanulás- Tudás- Gazdasági sikerek*”, avagy a tudásmenedzsment szerepe a gazdaság eredményességében. *Tudományos Konferencia konferencia-kiadványa*. Győr. 59- 64. p.
5. ÁCS P. – BORSOS A. – RÉTSÁGI E. (2011): Gyorsjelentés a magyar társadalom életminőségét befolyásoló fizikai aktivitással kapcsolatos attitűdjeiről. Magyar Sporttudományi Társaság. 71 p.
6. ÁCS P. – HÉCZ. R. M. – PAÁR D. – STOCKER M. (2011): A fittség (m)értéke – A fizikai inaktivitás nemzetgazdasági terhei Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, 58 (7-8) pp. 689-708. p.
7. AMEMIYA T. (1981): Qualitative Response Model: A Survey. *Journal of Economic Literature*. 19 1483-1536. p.
8. ANDRÁS K. (2003): A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok. 34. sz. Műhelytanulmány Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék. 53 p.
9. ANDRÁS K. (2006): A szabadidősport gazdaságtana. 75. sz. Műhelytanulmány Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Vállalatgazdaságtan Tanszék. 58 p.
10. APOR P. (2010): Az egészség ára. *Orvosi Hetilap*, 151 (19) 788-794. p.
11. BACHMANN G. R. – JOHN D. R. – RAO A. R. (1993): Childrens Susceptibility to Peer Group Purchase Influence: An Exploratory Investigation, *Advances in Consumer Research*. 20 463 – 468 p.
12. BAKONYI T. (2010): Szabadidősport – élsport – politika. In: *VII. Országos Sporttudományi Kongresszus konferencia-kiadványa*. Budapest: Magyar Sporttudományi Társaság.

13. BAUER B. – SZABÓ A. (Szerk.) (2009): *Ifjúság 2008 Gyorsjelentés*, Mobilitás Ifjúságkutatási Iroda, Budapest. 95 p.
14. BAUM C. F. (2006): *An introduction to modern econometrics using Stata*. Stata Press
15. BARDÓCZY G. (2012): A látvány-csapatsport támogatás 2011/2012-es támogatási időszakára vonatkozó tapasztalatok létesítmény-fejlesztésre gyakorolt hatásairól. http://www.nupi.hu/download/tao/TAO_Velence_sportletesitmeny.pptx
16. BEGG D. – FISCHER S. – DORNBUSCH R. (1997): *Economics*. McGraw-Hill Book Company Europe, Berkshire 634. p.
17. BERKES P. (2013): Figyelem! – hatékony szponzoráció. 91-103. p. In: Sterbenz T. – Szóts G. (Szerk.): *Verseny-pályán*. Magyar Sporttudományi Társaság. 144 p.
18. BHF National Centre (2007): *Economic Costs of Physical Inactivity*. <http://www.bhfactive.org.uk/downloads/Economics%20factsheetD.pdf>
19. BLEYER M. – SALITERER I. (2007): Sport im Kontext betrieblicher Gesundheitsförderung: Entwicklungslinien und Ansatzpunkte für Sportprogramme in Unternehmen. 101-118. p. In: URNIK S. (Szerk.): *Sport und Gesundheit in Wirtschaft und Gesellschaft*. Wien: Manzsche Verlags- und Universitätsbuchhandlung. 372 p.
20. BLOOM D. E. – CANNING D. (2005): *Health and Economic Growth: Reconciling the Micro and Macro Evidence*. CDDRL Working Papers, Center on Democracy, Development and the Rule of Law, Stanford Institute on International Studies. http://iis-db.stanford.edu/pubs/20924/BloomCanning_42.pdf
21. BOJTOR F. – MOLNÁR G. – SZÁNTAI T. (1995): *Sport és marketing szöveggyűjtemény*. Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem Sport Társadalomtudományi Kutatóközpont. 189 p.
22. CHENOWETH D. (2005): *The Economic Costs of Physical Inactivity Obesity and Overweight In California Adults: Health care Workers' compensation, and lost productivity*. New Bern, North Carolina: Chenoweth & Associates Inc.
23. COLDITZ G.A. – WILLET W.C. – ROTNITZKY A. (1995): Weight gain as a risk factor for clinical diabetes mellitus in women. *Annals of Internernal Medicine* 163 1343-1350. p.
24. DALY M. C. – DUNCAN G. J. – KAPLAN G. A. – LYNCH J. W. (1998): Macro-to-Micro Links in the Relation Between Income Inequality and Mortality. *Milbank Quarterly* 76 (3), 315-339 p.

25. DAVIES E. L. (2002): Consumers' Expenditure on Sport in the UK: Increased Spending or Under-estimation? *Managing leisure: an international journal*, 7 (2) 83-102 p.
26. DÉNES F. (2009): Sportüzlet és menedzsment órai vázlatok. http://www.champions.hu/anyagok/tudastar/BSC_II_2009_1.pdf
27. DÉZSY J. (2006): Egészséggazdaságtan egy kissé másképpen, Budapest: Springmed Kiadó. 168 p.
28. DOW W. H. – NORTON E. C. (2003): Choosing Between and Interpreting the Heckit and Two-Part Models for Corner Solutions. *Health Services & Outcomes Research Methodology*, 4 5-18. p.
29. DOWNWARD P. M. - RIORDAN J. G. (2007): Social Interactions and the Demand for Sport An Economic Analysis. *Contemporary Economic Policy*, 25 (4) 518-537 p.
30. EICHBERG H. (2007): Organizing Sports Around the Workplace – Some Experiences from Scandinavian Company Sport. http://www.isdy.net/pdf/eng/national_01.pdf
31. EDWARDS P. – TSOUROS A. (2006): Promoting physical activity and active living in urban environments. http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0009/98424/E89498.pdf
32. EUROBAROMETER (2010): Sport and Physical Activity. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_334_fact_hu_en.pdf
33. FALUSSY B. (2004): Az időfelhasználás metszetei. Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó. 194 p.
34. FAZEKAS I. – NAGY A. (1994): Szponzorálás. Budapest: MIND Bt. 247 p.
35. FELDERER B. – HELMENSTEIN C. – KLEISSNER A. – MOSER B. – SCHINDLER J. – TREITLER R. (2006): Sport und Ökonomie in Europa. SportsEconAustria. <http://www.sport.austria.gv.at/Docs/2006/5/11/Sport%20und%20%C3%96konomie%20Endbericht.pdf>
36. FERGE ZS. (2005): Ellenálló egyenlőtlenségek. *Esély*, 16 (4) 3-41. p.
37. FISCELLA K. – FRANKS P. (1997): Poverty or Income Inequality as a Predictor of Mortality: Longitudinal Cohort Study. *British Medical Journal* 314 (7096) 1724-1728. p.

38. FISCELLA K. – FRANKS P. (2000): Individual Income, Income Inequality, Health, and Mortality: What Are the Relationships? *Health Services Research* 35 (1) Part II., 307-318. p.
39. FOGEL R. W. (1994): The relevance of Malthus for the study of mortality today: long-run influences on health, mortality, labor force participation, and population growth, NBER Working Paper Series on Historical Factors in Long Run Growth, Cambridge. <http://www.nber.org/papers/h0054.pdf>
40. FÖLDESINÉ SZABÓ GY. – GÁL A. – DÓCZI T. (2008): Társadalmi riport a sportról 2008, Budapest: ÖM Sport Szakállamtitkárság – Magyar Sporttudományi Társaság. 124 p.
41. FÖLDESINÉ SZABÓ GY. (1998): Idős nők testedzéséről szociológiai nézőpontból, *Sporttudomány*, 3 12-15 p.
42. GARCIA J. – LERA-LÓPEZ F. – SUÁREZ M. J. (2009): Estimation of a Structural Model of the Determinants of the Time Spent on Physical Activity and Sport: Evidence for Spain. Universidad de Oviedo, Departamento de Economica. <http://www.unioviedo.es/economia/EDP/EDP0209.pdf>
43. GÁLDI G. (2004): Szabadidóstruktúra és fizikai rekreáció Magyarországon 1963-2000 között, életmód-idomérleg vizsgálatok tükrében. PhD-értekezés, Budapest: Semmelweis Egyetem Testnevelés és Sporttudományi Kar Neveléstudományi Doktori Iskola. 181 p.
44. GÉMES K. (2006): Sport és életminőség. 167-180. p. In: Kopp M. – Kovács M. E. (Szerk.): *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón* Budapest, Semmelweis Kiadó. 552 p.
45. GÉMES K. (2008): Sport, mint esély. 529-537 p. In: Kopp M. (Szerk.): *Magyar lelkiállapot 2008*. Budapest: Semmelweis Kiadó 629 p.
46. GYÖMÖREI T. (2012): Területi sportstruktúrák: az önkormányzatok sportgazdálkodása Magyarországon – kiemelten az élsport finanszírozásának gyakorlatában. PhD-értekezés, Győr: Széchenyi István Egyetem Regionális és Gazdaságtudományi Doktori Iskola. p. 235.
47. GLADDEN J. M. – SUTTON W. A. (2011): Professional Sport. 122-141 p. In: PEDERSEN P. M. et al.: *Contemporary Sport Management*. Leeds: Human Kinetics. 480 p.
48. GULYÁS E. (2013): Még mindig a pályán... 133-138. p. In: Sterbenz T. – Szóts G. (Szerk.): *Verseny-pályán*. Magyar Sporttudományi Társaság. 144 p.

49. GREEN B. C. – COSTA C. A. (2011): Sport Consumer Behavior. 333-350 p. In: PEDERSEN, P. M. et al.: *Contemporary Sport Management*. Leeds: Human Kinetics. 480 p.
50. GREENE W. H. (2003): *Econometric Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education International 1026 p.
51. HARMATH GY. – CZÁRÁN E. (2006): Az egészség szerepe az Európai Unió országainak gazdaságában. *Egészségügyi Gazdasági Szemle*, 44 (2) 14-17 p.
52. HECKMAN J. J. (1976): The Common Structure of Statistical Models of Truncation, Sample Selection and Limited Dependent Variables and a Simple Estimator for Such Models. *Annals of Economic and Social Measurement*, 5 (4), 120-137. p.
53. HOFFMANN I. (2007): *Sport, Marketing, Szponzorálás*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 248 p.
54. HOFFMANN R. – KASSOUF A. L. (2005): Deriving conditional and unconditional marginal effects in log earnings equations estimated by Heckman's procedure. *Applied Economics*, 37 1303-1311. p.
55. HOFMEISTER-TÓTH Á. – TÖRŐCSIK M. (1996): *Fogyasztói magatartás*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó. 232 p.
56. HUMPHREYS B. R. – RUSESKI J. E. (2006): Economic Determinants of Participation in Physical Activity and Sport. Working Paper Series, Paper No. 06-13, North American Association of Sport Economists. http://www.holycross.edu/departments/economics/RePEc/spe/HumphreysRuseski_Participation.pdf
57. JAIN A. K. – MURTY M. N. – FLYNN P. J. (1999): Data clustering: a review. *ACM Computin Surveys*. 31 (3) 264-323 p.
58. JONES H. G. (1989). The economic impact and importance of sport: A European study. Strasbourg: Council of Europe.
59. KAPLAN G. A. – PAMUK E. R. – LYNCH J. W. – COHEN R. D. – BALFOUR J. L. (1996): Inequality in Income and Mortality in the United States: Analysis of Mortality and Potential Pathways. *British Medical Journal* 312 (7037) 999-1003. p.
60. KATZMARZYK P. T. – GLEDHILL N. – SHEPHARD R. J. (2000): The economic burden of physical inactivity in Canada. *Canadian Medical Association Journal*, 163 (11) 1435–1440 p.
61. KAWACHI I. – KENNEDY B. P. (1999): Income Inequality and Health: Pathways and Mechanisms. *Health Service Research* 34 (1) 215-227. p.

62. KENNEDY B. P. – KAWACHI I. – PROTHROW-STITH D. (1996): Income Distribution and Mortality: Cross-Sectional Econological Study of the Robin Hood Index in the United States. *British Medical Journal* 312 (7037), 1004-1007. p.
63. KERESZTES N. – PLUHÁR ZS. – PIKÓ B. (2005): A társas hatások szerepe a serdülők fizikai aktivitási magatartásában. *Mentálhigiéné és Pszichoszomatika* 6 (1) 35-51.p.
64. KESERÚ CS. – DÉNES F. (2007): A magyar sportfinanszírozás helyzete. Kézirat. 68 p.
65. KOLLÁNYI ZS. – IMECS O. (2007): Az egészség-befektetés – Az egészségi állapot hatása a gazdasági teljesítőképességre és az életminőségre. Budapest: DEMOS Magyarország Alapítvány 120 p.
66. KONCZOS CS. – SZAKÁLY ZS. (2007): Az ifjúság fizikai aktivitásának jellemzői, az életstílus befolyásolása, a fizikai aktivitás tudatos alkalmazása, *Magyar Sporttudományi Szemle*, 8 (2) 39-46 p.
67. KOPÁNYI M. (2002): Mikroökonómia. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó. 555 p.
68. KOPP M. – PIKÓ B. (2006): Az egészséggel kapcsolatos életminőség pszichológiai, szociológiai és kulturális dimenziói. 10-19. p. In: KOPP M. – KOVÁCS M. E. (Szerk.): *A magyar népesség életminősége az ezredfordulón* Budapest, Semmelweis Kiadó 552 p.
69. KOPP M. – SKRABSKI Á. – LŐKE J. – SZEDMÁK S. (1999): The Hungarian state of Mind in a Transforming society. 117-134 p. In: SPÉDER ZS. (Szerk.): *Hungary in Flux, Society, Politics and Transformation*. Hamburg, Verlag Dr. Reinhold Kramer 254 p.
70. KOPP M. – SKRABSKI Á. – SZEDMÁK S. (2000): Psychosocial risk factors, inequality and self-rated morbidity in changing society. *Social Sciences and Medicine*, 51 1350-1361. p.
71. KOPP M. (2001): Az egészségi állapottal összefüggő életminőség. 31-43. p. In: ÚJSZÁSZY L. – UDVARDY M. – KUPCSULIK P. (Szerk.): *Életminőség és vizsgálata a gasztroenterológiában*. Budapest, MEDISZTER 258 p.
72. KOVÁCS T. A. (2007a): A rekreáció főbb irányzatai – Civilizációs kihívások, rekreációs válaszok, *Magyar Sporttudományi Szemle*, 8 (30) 3-12. p.
73. KOVÁCS T. A. (2007b): A rekreáció kultúrája – a rekreáció főbb alrendszerei, *Magyar Sporttudományi Szemle*, 8 (30) 13-24. p.

74. Központi Statisztikai Hivatal honlapja (www.ksh.hu)
75. LAMB, L. L. – ASTURIAS, L. P. – ROBERTS, K. – BRODIE, D. A. (1992). Sports participation – how much does it cost? *Leisure Studies*, 11 (1) 19-29. p.
76. LEE I.-M. - REXRODE K.M. - COOK N.R. - HENNEKENS C.H. - BURING J.E. (2001): Physical activity and breast cancer risk: the Women's Health Study (United States). *Jurnal Canser causes and control* 12 (2) 137-145 p.
77. LEE I.-M. (2003): Physical Activity and Caner Prevention: Data from Epidemiologic Studies. *Medicine. Science.in Sports Exercise*, 35 (11) 1823-1827. p.
78. LERA-LÓPEZ F. – RAPÚN-GÁRATE M. (2005). Sports participation versus consumer expenditure on sport: Different determinants and strategies in sport management. *European Sport Management Quarterly*, 5 (2) 167–186 p.
79. LERA-LÓPEZ, F. – RAPÚN-GÁRATE M. (2007). The demand for sport: Sport consumption and participation models. *Journal of Sport Management*, 21 (1) 103-122 p.
80. LYNCH J. W. – KAPLAN G. A. (1997): Understanding How Inequality in the Distribution of Income Affects Health. *Journal of Health Psychology* 2 (3) 197-314. p.
81. MÁRFI A. (2007): A szubjektív életkörülmények társadalmi-gazdasági összefüggései. 6-23. p. In.: Utasi Á. (Szerk.): *Az életminőség feltételei*. Budapest: MTA Politikai Tudományok Intézete 134 p.
82. MARTIN, B.W. – BEELER, I. – SZUCS, T. – SMALA, A. M. – BRÜGGER, O. – CASPARIS, C. – ALLENBACH, R. – RAEBER, P.-A. – MARTI, B. (2001): Volkswirtschaftlicher Nutzen der Gesundheitseffekte der körperlichen Aktivität: erste Schätzungen für die Schweiz. *Schweiz Z Sportmed Sporttraumatol*. 49 (2) 84-86. p.
83. MARTOS É. (1998): Sportélettan. In: JÁKÓ P. (Szerk.): *A sportorvoslás alapjai*. Budapest: Print City Kiadó és Nyomda Kft. 31-78. p.
84. MELLOR J. M. – MILYO J. (2002): Income Inequality and Health Status in the United States. *The Journal of Human Ressorces*, 37 (3) 510-539. p.
85. MROZ T. A. (1987): The Sensitivity of an Empirical Model of Married Women's Hours of Work to Economic ans Statistical Assumptions. *Econometrica*. 55 765-799. p.
86. MULLIN B. J. – HARDY S. – SUTTON W. A. (2007): Sport Marketing. Leeds: Human Kinetics. 552 p.

87. MYERS J. (2008): On the health benefits and economics of physical activity. *Curr. Sports Med. Reports*, 7 1–3. p.
88. NAGY P. (1997): Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtaába. <http://www.mek.iif.hu/porta/szint/human/sport/nagyp.hun>
89. NAIDOO J. – WILLS J. (1999): Egészségmegőrzés – Gyakorlati alapok, Budapest: Medicina Könyvkiadó 312 p.
90. NEULINGER Á. (2007): Társas környezet és sportfogyasztás – A folyamatos megerősítést igénylő tanult fogyasztás. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Gazdálkodástani Doktori Iskola. 221 p.
91. NEULINGER Á. – SZABÓ Á. (2011): Zumbagirl. 130-138. p. In.: Malota E. – Kelemen K. (Szerk.): *Nemzetközi marketing a hazai gyakorlatban*. Essex: Pearson Custom Publishing. 138 p.
92. NICOLAU J. L. – MÁŠ F. J. (2004): Heckit Modelling of the Two-stage Tourist Choice Process: Going on Holiday and Tourism. <http://www.ivie.es/downloads/docs/04/wpec-16.pdf>
93. NYERGES M. – PETRÓCZI A. (2007): Sportmenedzsment alapjai. Budapest: Semmelweis Egyetem Testnevelési és Sporttudományi Kar. 264 p.
94. OSHIO T. – KOBAYASHI M. (2008): Income Inequality, Poverty, Social Welfare, and Self-rated Health: a Multilevel Analysis in Japan. <http://www.lib.kobe-u.ac.jp/repository/81000753.pdf>
95. PARK, Hyun Mong (2008): Univariate Analysis and Normality Test Using SAS, Stata, and SPSS. Working Paper. The University Information Technology Services (UITS) Center for Statistical and Mathematical Computing, Indiana University.
96. PAWLOWSKI T. (2009): Die Dienstleistungsnachfrage im Freizeitsektor – Eine ökonomische Modellierung des Ausgabenverhaltens von Privathaushalten in Deutschland auf Basis von Daten der Laufenden Wirtschaftsrechnungen. Köln: Deutschen Sporthochschule Köln. 323 p.
97. PERÉNYI SZ. (2008): Sporttevékenység és az értékorientáció összefüggései fiataloknál. *Új Ifjúsági Szemle* 6 71-84. p.
98. PERÉNYI SZ. (2010): The relation between sport participation and the value preferences of Hungarian youth. *Sport in Society* 13 (6) 984-1000. p.
99. PERÉNYI SZ. (2011): Sportolási szokások: Sportolási esélyek és változástrendek. 159-184. p. In.: BAUER B. –SZABÓ A. (szerk.): *Arctalan(?) Nemzedék*. Belvedere Meridionale Kiadó, Szeged. 391 p.

100. POUPAUX S. – BREUER C. (2009): Does Higher Sport Supply Lead to Higher Sport Demand? A City Level Analysis. Working Paper Series, Paper No. 09-05, North American Association of Sport Economists. http://www.holycross.edu/departments/economics/RePEc/spe/PoupauxBreuer_SupplyDemand.pdf
101. PRATT M. – MACERA C. A. – SALLIS J. F. – O'DONELL M. – FRANK L. D. (2004): Economic Interventions to Promote Physical Activity – Application of the SLOTH Model. *American Journal of Preventive Medicine* 27 (3) 136-145 p.
102. PUTNAM R. (1993): Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, NJ., Princeton University Press 280 p.
103. RAMANATHAN R. (2003): Bevezetés az ökonometriába alkalmazásokkal. Budapest: Panem. 708 p.
104. RICHARDS G. (1996): Skilled Consumption and UK Ski Holidays. *Tourism Management*. 17 (1) 25-34 p.
105. RITTNER V. – MRAZEK J. – MEIER R. – BECKER A. – BREUER G. – MEYER M. (1989). Sportinfrastruktur im Kreis Neuss Köln: Deutsche Sporthochschule, Kézirat.
106. ROCKHILL B. - WILLET W. C. - HUNTER D. J. - MANSON J. E. - HANKINSON S. E. - COLDITZ G. A. (1999): A Prospective Study of Recreational Physical Activity and Breast Cancer Risk. *Archives of Internal Medicine* 159 (19) 2290-2296. p.
107. RUSS L. (2004): Income Inequality and Self-Rated Health in US Metropolitan Areas: A Multi-Level Analysis. *Social Sciences & Medicine* 59 2409-2419. p.
108. SAJTOS L. – MITEV A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Budapest: Alinea Kiadó 404 p.
109. SANTOS O. – VISEU J. (2001): Physical Activity: Leisure and Physical Exercise Habits, Perception of Facilities, Economical and Health (Injuries) Costs. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2804/1/23%20Final%20Report%20PHYSICAL%20ACTIVITY.pdf>
110. SARTORI A. (2003): An Estimator for Some Binary-Outcome Selection Models Without Exclusion Restrictions. *Political Analysis*, 11 111-138. p.
111. SHANK M. D. (2009): Sports marketing: A Strategic Perspective Upper Saddle River: Prentice Hall. 480 p.

112. SHAW S. M. (1989): Fitness and wellness for young women: The image paradox., *Recreation Canada*, 47 (2) 33-38 p.
113. SHI L. – STARFIELD B. – KENNEDY B. – KAWACHI I. (1999): Income Inequality, Primary Care, and Health Indicators. *The Journal of Family Practice* 48 275-284. p.
114. SIGELMAN L. – ZHENG L. (1999): Analyzing censored and sample-selected data with Tobit and Heckit models. *Political Analysis* 8 167-182. p.
115. SIK E. (2001): Néhány adalék az időfelhasználás társadalmi meghatározottságának vizsgálatához, Budapest: KSH. 35 p.
116. SMITH J. P. (1999): Healthy Bodies and Thick Wallets: The Dual Relation Between Health and Economic Status. *The Journal of Economic Perspectives*, 13 (2) 145-166. p.
117. SÖDERBOM M. (2003): Applied Econometrics, Lecture 15, Sample Selection Bias, Estimation of Nonlinear Models with Panel Data. <http://www.soderbom.net/lecture15final.pdf>
118. Sport XXI Nemzeti Sportstratégia. 65/2007. (VI. 27.) OGY határozat
119. STERBENZ T. – GULYÁS E. (2013): A lyukas piramis. 121-132. p. In: Sterbenz T. – Szóts G. (Szerk.): Verseny-pályán. Magyar Sporttudományi Társaság. 144 p.
120. STURM R. (2004): The Economics of Physical Activity – Societal Trends and Rationales for Interventions. *American Journal of Preventive Medicine*, 27 (3) 126-135 p.
121. SZABÓ Á. (2006): *Egyetemisták szabadidősport-(szolgáltatás) fogyasztása 76. sz. Műhelytanulmány*. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet, Üzleti Gazdaságtan Tanszék. 30 p.
122. SZABÓ Á. (2009): A szabadidősport alapfogalmai és kutatott területei, 115. sz. műhelytanulmány, Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet. 36 p.
123. SZÁNTÓ M. (1967): Életmód, művelődés, szabadidő. Budapest: Akadémia Kiadó. 169 p.
124. SZÉKELYI M. – BARNA I. (2005): *Túlélőkészlet SPSS-hez*. Budapest: Typotex. 453 p.
125. SZÓTS G. – FRENKL R. – FARKAS A. – MARTOS É. – JÓSFAY L. – GYÖRE I. – POÓR GY. (2004): Csontritkulás, fizikai aktivitás és a táplálkozás

- összefüggéseinek vizsgálata 18-24 éves női egyetemistákon, *Magyar Sporttudományi Szemle*, 5 (1) 67-68. p.
126. TAKÁCS B. – KMETTY Z. (2011): Tömegkommunikációs jelenségek a magyarországi fiatalok szabadidős aktív tevékenységére, két keresztmetszetben. *VIII. Sporttudományi Kongresszus Tanulmánykötete*. Budapest: Magyar Sporttudományi Társaság.
127. TAKS M. – RENSON R. – VANREUSEL B. (1995). Social stratification in sport: A matter of money or taste? *European Journal for Sport Management*, 2 (1) 4–14 p.
128. TAKS M. – VANREUSEL B. – RENSON R. (1999). Consumer expenses in sport: A marketing tool for sports. *European Journal for Sport Management*, 6 (1), 4–18 p.
129. TAN P. N. – STEINBACH M. – KUMAR V. (2005): *Introduction to Data Mining*. Addison-Wesley. 769 p.
130. THRANE C. (2001). Sport spectatorship in Scandinavia. A class phenomenon? *International Review for the Sociology of Sport*, 36 (2) 149–163 p.
131. THUNE I. - BRENN T. - LUND E. - GAARD M. (1997): Physical Activity and the Risk of Breast Cancer. *The New England Journal of Medicine*. 1269-1275. p.
132. TÓTH I. GY. – GÁBOS A. (2006): Jövedelemegyenlőtlenség és szegénység az Európai Unióban: makroszintű összehasonlító elemzés. 89-117 p. In KOLOSI T. – TÓTH I. GY. – VUKOVICH GY. (Szerk.): *Társadalmi Riport 2006*, Budapest: TÁRKI 470 p.
133. TÓTH I. GY. (2002): Jövedelemeloszlás a kilencvenes évek Magyarországon. PhD-értekezés, Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. 336 p.
134. URBÁN Á. (1998): Sport és média – A sportmédia iparági szintű és szolgáltatás jellegű elemzése, Budapest: BKE diplomadolgozat
135. VAN OPHEM J. – DE HOOG K. (1994). Differences in leisure behaviour of the poor and the rich in the Netherlands. 291–305 p. In HENRY I. (Szerk.), *Leisure: Modernity, postmodernity and lifestyles (Leisure in Different Worlds, Volume I)* University of Brighton. 373 p.
136. VÖRÖS T. (2013): A látvány-csapatsportok támogatásával összefüggő társasági adó törvénymódosítás lehetséges társadalmi-gazdasági hatásai. *Magyar Sporttudományi Szemle* 13 (3) 36-40. p.
137. WAKEFIELD K. (2007): *Team sports marketing*. Burlington: Butterworld-Heinemann. 273 p.

138. WANN D. L. (1997): Sport psychology, Upper Saddle River: Prentice Hall Inc. 432 p.
139. WEBER W. – SCHNEIDER C. – KORTLÜCKE N. – HORAK B. (1995). Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports. Schorndorf: Hofmann. 396 p.
140. WEISS O. – BAUER R. – HANISCH W. – HILSCHER P. – KERN R. – KISSER R. – MADER M. – MAURER M. – RUSSO M. – SCHAGERL G. – SCHULZ W. – SMEKAL G. – WEINECK J. (2000): Sport und Gesundheit. Die Auswirkungen des Sports auf die Gesundheit – eine sozioökonomische Analyse. http://www.svl.ch/files/sport_und_gesundheit.pdf
141. WILKINSON R. G. (1996): Unhealthy Societies: The Afflictions of Inequality. London: Routledge. 255 p.
142. WILKINSON R. G. (1997): Health Inequalities: Relative and Absolute Material Standards. *British Medical Journal* 314 (7080) 591-595.
143. WODJAO T. B. (2007): A double-hurdle model of computer and internet use in American households. Előadás az „International Association of Time Use Research (IATUR)” Konferencián. Washington, D.C.
144. WOOLDRIDGE J. M. (2002). Econometric analysis of cross section and panel data.(2nd ed.). Cambridge, USA: MIT 752 p.
145. WOOLGER C. – POWER T. G. (1993): Parent and Sport Socialization: Views from the achievement literature, *Journal of Sport Behavior*, 16 171 – 190 p.
146. World Health Organization [1946]: Alapszabály, New York

9. Mellékletek

9.1. Melléklet – Az egyes klasztereljárások során létrejött klaszterek változóinak átlagértékei

32. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei az 1. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	226,50	126,00	25,25	16480,00	79,8450
2. klaszter	229,80	50,70	29,20	18170,70	79,8240
3. klaszter	128,25	10,75	32,25	13046,50	79,0775
4. klaszter	27,10	9,10	30,78	5391,50	72,8960
Teljes minta	142,43	40,89	29,59	12633,14	77,2461

Forrás: saját számítás

33. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei a 2. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	226,50	126,00	25,25	16480,00	79,8450
2. klaszter	232,45	47,00	29,18	18072,82	79,8700
3. klaszter	40,38	9,54	31,42	6846,69	74,2262
Teljes minta	142,43	40,89	29,59	12633,14	77,2461

Forrás: saját számítás

34. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei a 3. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	271,14	86,57	27,71	18089,86	80,2129
2. klaszter	127,11	43,56	29,56	15902,56	79,6300
3. klaszter	32,83	13,75	30,27	5826,08	73,4733
Teljes minta	122,71	41,54	29,37	12130,89	77,1371

Forrás: saját számítás

35. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei a 4. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	186,44	92,89	25,67	15789,89	79,2856
2. klaszter	251,38	32,75	31,13	17884,00	80,2763
3. klaszter	23,50	6,33	27,50	5776,00	73,4433
4. klaszter	46,00	14,00	36,00	7046,00	73,8600
Teljes minta	145,00	43,07	29,46	12680,96	77,3479

Forrás: saját számítás

36. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei az 5. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	205,09	77,00	26,36	17185,18	79,7827
2. klaszter	110,33	22,33	32,67	16331,33	80,6900
3. klaszter	37,00	16,67	26,67	6385,00	74,1267
4. klaszter	32,00	12,40	34,60	5284,40	72,6040
Teljes minta	118,76	43,04	28,84	12110,52	77,0984

Forrás: saját számítás

37. táblázat: Az elemzésbe bevont változók átlagértékei a 6. klasztereljárás során létrejött klaszterekben

	Rekreációs- és sportszolgáltatások (PPP)	Sport, kemping és szabadtéri tevékenységek felszerelései (PPP)	Gini-koefficiens	Átlagfogyasztás (PPP)	Születéskor várható élettartam (év)
1. klaszter	238,20	118,20	25,40	17052,80	79,7860
2. klaszter	177,50	42,67	27,17	17295,50	79,7800
3. klaszter	101,00	19,25	34,00	15167,00	80,2500
4. klaszter	32,14	14,57	27,29	5882,29	73,9157
5. klaszter	39,25	15,00	35,50	5889,00	72,5925
Teljes minta	117,00	41,77	29,19	12093,73	77,1688

Forrás: saját számítás

9.2. Melléklet: A sportkiadások megoszlása háztartástípusonként

38. táblázat: Sportkiadások összesített értékei a mintában háztartástípusonkénti bontásban

		Összes sportkiadás	Sport, kemping célú tartós javak	Tartós sportszerek, hangszerek alkatrészei	Tartós sportszerek, hangszerek javítása	Sportszerek, kempingcikkék	Sportrendezvény, belépődíj	Sport-, zene-, táncanfolyam	Egyéb szabadidő szolgáltatás
		Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)	Összesen (mFt)
Összesen		113 666	4 531	438	359	10 398	26 291	62 577	9 072
Település típusa	Budapest	43 598	1 324	326	6	3 958	4 708	29 162	4 114
	Megyei jogú városok	24 401	2 471	14	83	2 431	4 897	14 001	505
	Többi város	21 288	460	61	32	1 619	8 004	9 981	1 131
	Község	24 378	276	37	238	2 390	8 682	9 433	3 322
	Régiók								
	Budapest	43 598	1 324	326	6	3 958	4 708	29 162	4 114
	Pest megye	17 965	713	87	251	1 094	7 016	8 061	743
	Közép-magyarországi	61 563	2 037	413	257	5 052	11 723	37 223	4 857
	Közép-dunántúli	10 926	1 138	2	70	950	3 152	5 595	19
	Nyugat-dunántúli	10 889	400	2	nincs	1 366	3 021	4 631	1 469
	Dél-dunántúli	4 575	208	nincs	nincs	827	893	2 548	99
	Észak-magyarországi	8 378	410	1	nincs	828	2 624	3 059	1 456
	Észak-alföldi	8 220	148	11	32	586	1 811	5 191	440
	Dél-alföldi	9 114	190	7	nincs	789	3 067	4 329	732
Háztartás fő koresoport kategóriái	24 éves vagy fiatalabb	830	84	nincs	nincs	101	111	524	10
	25-34 éves	17 377	1 565	267	nincs	1 534	3 453	9 153	1 404
	35-44 éves	49 563	1 134	78	38	3 958	8 355	32 711	3 289
	45-54 éves	25 716	1 135	2	70	3 076	5 692	12 695	3 047
	55-64 éves	14 718	560	90	251	1 407	4 726	6 697	988
	65 éves és idősebb	5 462	52	1	nincs	323	3 954	797	334
Háztartás fő iskolai végzettsége	Szakiskolai szakképesítés vagy alacsonyabb	27 121	1 280	23	32	2 817	6 373	13 833	2 764
	Érettségi, szakképesítés érettségi után	34 887	1 134	384	nincs	3 078	7 675	19 747	2 870
	Egyetem, főiskola, PhD vagy DLA fokozat	51 657	2 118	31	327	4 503	12 243	28 997	3 438
Háztartás fő gazdasági aktivitása	alkalmazott	78 920	1 942	378	314	7 000	16 976	45 613	6 697
	vállalkozó	21 535	2 038	nincs	nincs	2 124	4 604	11 241	1 529
	nyugdíjas	10 320	522	60	13	1 045	4 326	3 692	661
	nappali tagozaton tanul	355	nincs	nincs	nincs	8	20	317	10
	háztartásbeli	344	nincs	nincs	nincs	12	175	157	nincs
	munkanélküli, inaktív	2 192	29	nincs	32	210	190	1 557	175
A 20 évnél fiatalabb (0-19 évesek) eltartott gyermekek	Nincs gyermek	30 571	1 625	301	251	2 901	11 138	12 523	1 833
	1-2 gyermek van	65 667	2 787	134	102	5 516	13 130	37 644	6 354
	3-4 gyermek van	16 505	118	3	6	1 794	1 869	11 829	885
	5 vagy több gyermek van	922	nincs	nincs	nincs	187	154	581	nincs
Háztartás fő neme	Férfi	102 593	4 104	437	346	9 642	24 516	55 109	8 440
	Nő	11 072	427	1	13	757	1 775	7 467	631
Nettó jövedelem percentilise	1 239 995 Ft alatt	1 315	22	1	nincs	136	237	769	151
	1 239 996 - 1 808 806 Ft között	4 474	110	1	nincs	425	1 047	2 836	54
	1 808 807 - 2 395 600 Ft között	10 659	329	3	45	1 066	2 183	6 543	489
	2 395 601 - 3 191 786 Ft között	23 556	798	76	nincs	2 810	5 194	13 354	1 324
	3 191 787 Ft felett	73 662	3 272	358	314	5 961	17 630	39 074	7 054
	Összes kiadások	1 030 306 Ft alatt	759	8	1	nincs	129	216	347
percentilise	1 030 307 - 1 463 256 Ft között	2 233	28	nincs	nincs	254	511	1 372	69
	1 463 257 - 1 953 364 Ft között	7 457	119	2	45	679	1 308	5 091	213
	1 953 365 - 2 674 694 Ft között	19 517	834	280	nincs	2 041	3 192	12 015	1 154
	2 674 695 Ft felett	83 699	3 541	154	314	7 296	21 064	43 752	7 578

Forrás: saját számítás

39. táblázat: A különböző sportkiadásokkal rendelkező háztartástípusok száma és aránya a mintában

	Összes sportkiadás		Sport, kemping célú tartós javak		Tartós sportszerek, hangszerek alkatrészei		Tartós sportszerek, hangszerek javítása		Sportszerek, kempingcikkék		Sportrendezvény, belépődíj		Sport-, zene-, táncanfolyam		Egyéb szabadidő szolgáltatás	
	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány	Db háztartás	Arány
Összesen	1346	17,59%	91	1,19%	17	0,22%	5	0,07%	397	5,19%	292	3,82%	869	11,36%	81	1,06%
Település típusa																
Budapest	395	28,36%	42	3,02%	4	0,29%	1	0,07%	122	8,76%	71	5,10%	275	19,74%	30	2,15%
Megegyi jogú városok	380	21,71%	28	1,60%	4	0,23%	2	0,11%	106	6,06%	87	4,97%	260	14,86%	18	1,03%
Többi város	309	14,70%	15	0,71%	5	0,24%	1	0,05%	88	4,19%	75	3,57%	188	8,94%	17	0,81%
Község	262	10,89%	6	0,25%	4	0,17%	1	0,04%	81	3,37%	59	2,45%	146	6,07%	16	0,67%
Régiók																
Budapest	395	28,36%	42	3,02%	4	0,29%	1	0,07%	122	8,76%	71	5,10%	275	19,74%	30	2,15%
Pest megye	102	15,25%	7	1,05%	2	0,30%	2	0,30%	26	3,89%	22	3,29%	67	10,01%	5	0,75%
Közép-magyarországi	497	24,10%	49	2,38%	6	0,29%	3	0,15%	148	7,18%	93	4,51%	342	16,59%	35	1,70%
Közép-dunántúli	147	18,73%	7	0,89%	1	0,13%	1	0,13%	46	5,86%	35	4,46%	90	11,46%	2	0,25%
Nyugat-dunántúli	122	16,38%	8	1,07%	1	0,13%	0	0,00%	44	5,91%	38	5,10%	61	8,19%	6	0,81%
Dél-dunántúli	98	13,69%	7	0,98%	0	0,00%	0	0,00%	32	4,47%	18	2,51%	67	9,36%	5	0,70%
Észak-magyarországi	137	12,18%	12	1,07%	2	0,18%	0	0,00%	43	3,82%	39	3,47%	79	7,02%	13	1,16%
Észak-alföldi	175	16,76%	3	0,29%	3	0,29%	1	0,10%	47	4,50%	31	2,97%	116	11,11%	10	0,96%
Dél-alföldi	170	14,49%	5	0,43%	4	0,34%	0	0,00%	37	3,15%	38	3,24%	114	9,72%	10	0,85%
Háztartás fő korcsoport kategóriái																
24 éves vagy fiatalabb	30	28,85%	6	5,77%	0	0,00%	0	0,00%	6	5,77%	8	7,69%	23	22,12%	1	0,96%
25-34 éves	272	30,46%	29	3,25%	4	0,45%	0	0,00%	83	9,29%	54	6,05%	175	19,60%	20	2,24%
35-44 éves	484	34,30%	22	1,56%	6	0,43%	2	0,14%	149	10,56%	82	5,81%	362	25,66%	27	1,91%
45-54 éves	319	18,13%	19	1,08%	1	0,06%	1	0,06%	86	4,89%	69	3,92%	204	11,59%	20	1,14%
55-64 éves	168	9,21%	12	0,66%	4	0,22%	2	0,11%	50	2,74%	46	2,52%	87	4,77%	9	0,49%
65 éves és idősebb	73	4,40%	3	0,18%	2	0,12%	0	0,00%	23	1,39%	33	1,99%	18	1,09%	4	0,24%
Háztartás fő iskolai végzettsége																
Szakiskolai szakképzés vagy alacsonyabb	409	9,83%	11	0,26%	8	0,19%	1	0,02%	122	2,93%	78	1,88%	243	5,84%	19	0,46%
Érettségi, szakképzés érettségi után	432	20,88%	26	1,26%	7	0,34%	0	0,00%	125	6,04%	99	4,78%	272	13,15%	24	1,16%
Egyetem, főiskola, PhD vagy DLA fokozat	505	35,51%	54	3,80%	2	0,14%	4	0,28%	150	10,55%	115	8,09%	354	24,89%	38	2,67%
Háztartás fő gazdasági aktivitása																
alkalmazott	927	26,19%	64	1,81%	12	0,34%	3	0,08%	272	7,69%	194	5,48%	631	17,83%	64	1,81%
vállalkozó	133	31,07%	13	3,04%	0	0,00%	0	0,00%	41	9,58%	21	4,91%	99	23,13%	3	0,70%
nyugdíjas	205	6,52%	11	0,35%	5	0,16%	1	0,03%	62	1,97%	67	2,13%	86	2,73%	10	0,32%
nappali tagozaton tanul	18	39,13%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	1	2,17%	3	6,52%	16	34,78%	1	2,17%
háztartásbeli	7	10,94%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	4,69%	2	3,13%	3	4,69%	0	0,00%
munkanélküli, inaktív	56	13,11%	3	0,70%	0	0,00%	1	0,23%	18	4,22%	5	1,17%	34	7,96%	3	0,70%
A 20 évnél fiatalabb (0-19 évesek) eltartott gyermekek																
Nincs gyermek	521	10,38%	56	1,12%	8	0,16%	2	0,04%	156	3,11%	156	3,11%	260	5,18%	30	0,60%
1-2 gyermek van	695	31,17%	32	1,43%	8	0,36%	2	0,09%	201	9,01%	117	5,25%	503	22,56%	45	2,02%
3-4 gyermek van	123	33,79%	3	0,82%	1	0,27%	1	0,27%	37	10,16%	18	4,95%	100	27,47%	6	1,65%
5 vagy több gyermek van	7	19,44%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	8,33%	1	2,78%	6	16,67%	0	0,00%
Háztartás fő neme																
Férfi	1049	20,11%	70	1,34%	15	0,29%	4	0,08%	325	6,23%	230	4,41%	671	12,86%	66	1,27%
Nő	297	12,21%	21	0,86%	2	0,08%	1	0,04%	72	2,96%	62	2,55%	198	8,14%	15	0,62%
Nettó jövedelem percentilise																
1 239 995 Ft alatt	70	4,58%	3	0,20%	2	0,13%	0	0,00%	20	1,31%	15	0,98%	33	2,16%	6	0,39%
1 239 996 - 1 808 806 Ft között	157	10,26%	8	0,52%	1	0,07%	0	0,00%	44	2,88%	37	2,42%	92	6,01%	1	0,07%
1 808 807 - 2 395 600 Ft között	219	14,31%	14	0,92%	2	0,13%	2	0,13%	63	4,12%	38	2,48%	135	8,82%	13	0,85%
2 395 601 - 3 191 786 Ft között	362	23,66%	25	1,63%	6	0,39%	0	0,00%	108	7,06%	77	5,03%	234	15,29%	21	1,37%
3 191 787 Ft felett	538	35,16%	41	2,68%	6	0,39%	3	0,20%	162	10,59%	125	8,17%	375	24,51%	40	2,61%
Összes kiadások percentilise																
1 030 306 Ft alatt	50	3,27%	4	0,26%	2	0,13%	0	0,00%	15	0,98%	12	0,78%	20	1,31%	2	0,13%
1 030 307 - 1 463 256 Ft között	112	7,32%	4	0,26%	0	0,00%	0	0,00%	33	2,16%	24	1,57%	64	4,18%	3	0,20%
1 463 257 - 1 953 364 Ft között	203	13,27%	8	0,52%	3	0,20%	2	0,13%	52	3,40%	39	2,55%	121	7,91%	4	0,26%
1 953 365 - 2 674 694 Ft között	370	24,18%	26	1,70%	6	0,39%	0	0,00%	102	6,67%	64	4,18%	239	15,62%	20	1,31%
2 674 695 Ft felett	611	39,93%	49	3,20%	6	0,39%	3	0,20%	195	12,75%	153	10,00%	425	27,78%	52	3,40%

Forrás: saját számítás

40. táblázat: Sportkiadásokkal rendelkező háztartások átlagos kiadási értékei (háztartásonként és fejenként) háztartástípusonként

		Összes sportkiadás		Sport, kemping célú tartós javak		Tartós sportszerek, hangszerek alkatrészei		Tartós sportszerek, hangszerek javítása		Sportszerek, kempingcikkek		Sportrendezvény, belépődíj		Sport-, zene-, táncanfolyam		Egyéb szabadidő szolgáltatás	
		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)		kiadási tétel van (ft)	
		Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő	Háztartás	Fő
Összesen		173 005	54 491	97 935	36 671	44 269	14 068	174 582	48 965	52 801	16 972	185 610	65 943	150 958	44 943	251 596	78 644
Település típusa	Budapest	210 195	75 088	61 064	27 553	108 392	29 650	20 880	3 480	61 729	22 480	135 953	51 151	203 133	69 320	262 709	85 796
	Megyei jogú városok	135 467	45 385	174 534	55 809	6 869	1 842	106 922	36 390	44 796	14 715	126 320	50 417	116 970	37 879	90 305	30 600
	Többi város	146 728	44 031	61 039	20 310	22 456	8 601	96 000	24 000	39 002	12 154	211 064	72 635	119 578	32 164	143 361	41 239
	Község	195 996	50 346	95 664	32 193	17 088	6 643	363 600	121 200	64 537	17 295	286 269	87 407	139 120	32 334	480 052	141 447
Régiók	Budapest	210 195	75 088	61 064	27 553	108 392	29 650	20 880	3 480	61 729	22 480	135 953	51 151	203 133	69 320	262 709	85 796
	Pest megye	277 038	79 279	138 867	36 813	69 903	20 125	270 177	112 201	68 279	20 845	449 152	159 594	195 373	51 266	194 386	56 117
	Közép-magyarországi	226 115	76 264	75 953	30 212	97 155	26 969	210 403	64 359	63 038	22 105	233 315	86 205	201 401	64 408	249 299	79 372
	Közép-dunántúli	144 176	43 841	258 174	80 452	3 646	1 823	139 200	34 800	41 122	12 227	177 772	62 125	117 804	34 101	27 347	7 376
	Nyugat-dunántúli	177 812	54 259	116 667	39 286	6 600	2 200	nincs	nincs	60 540	18 541	162 461	60 235	152 815	42 520	553 565	195 866
	Dél-dunántúli	95 276	30 279	54 320	22 239	nincs	nincs	nincs	nincs	54 974	18 255	93 236	37 877	80 639	24 082	50 785	15 499
	Észak-magyarországi	170 812	48 571	100 588	33 006	1 943	872	nincs	nincs	51 306	14 185	179 599	56 837	117 372	30 857	365 494	113 117
	Észak-alföldi	97 714	28 186	123 289	39 249	5 538	1 664	96 000	24 000	23 522	7 504	116 872	37 131	100 635	27 463	125 478	32 970
Dél-alföldi	136 982	42 666	75 872	30 358	3 977	1 479	nincs	nincs	52 521	15 481	199 272	70 835	101 471	29 356	192 954	63 636	
Háztartásfő koresoport kategóriái	24 éves vagy fiatalabb	57 685	43 871	24 434	15 100	nincs	nincs	nincs	nincs	35 224	29 539	25 845	19 753	48 230	37 294	24 000	24 000
	25-34 éves	133 411	46 380	118 388	61 316	115 017	38 733	nincs	nincs	35 907	12 333	145 628	52 668	112 909	39 952	171 719	60 432
	35-44 éves	220 474	59 372	101 681	29 784	21 619	5 278	60 727	12 295	57 126	16 549	219 938	64 851	194 256	50 372	286 472	74 290
	45-54 éves	168 772	49 330	120 003	37 874	4 680	1 560	139 200	34 800	75 960	22 337	182 527	57 354	131 488	37 137	355 469	112 984
	55-64 éves	161 045	59 598	80 489	27 513	35 366	14 446	270 177	112 201	51 354	17 037	193 434	81 131	140 386	50 719	193 521	65 042
	65 éves és idősebb	124 678	61 139	25 914	12 957	1 087	544	nincs	nincs	22 776	12 699	197 313	96 000	80 035	30 719	144 769	63 321
Háztartásfő iskolai végzettsége	Szakiskolai szakképesítés vagy alacsonyabb	128 386	35 594	202 118	60 588	5 214	1 739	96 000	24 000	44 127	13 045	157 210	50 268	111 862	28 312	279 836	79 282
	Érettségi, szakképesítés érettségi után	154 016	51 537	75 310	30 019	88 028	25 505	nincs	nincs	45 968	15 702	150 831	54 974	140 656	45 345	230 315	75 854
Egyetem, főiskola, PhD vagy DLA fokozat	235 615	79 831	85 114	32 745	26 515	10 358	189 670	54 471	68 093	22 438	243 768	92 537	192 698	61 921	250 593	80 596	
Háztartásfő gazdasági aktivitása	alkalmazott	185 289	55 910	66 275	27 274	54 130	15 216	216 557	54 782	55 433	17 281	193 893	62 836	160 297	46 943	248 960	74 940
	vállalkozó	253 433	75 142	235 691	61 867	nincs	nincs	nincs	nincs	81 581	24 344	325 401	124 548	181 125	51 836	1 106 858	315 299
	nyugdíjas	97 385	38 777	81 154	32 472	20 696	9 559	48 000	48 000	31 572	12 624	125 131	55 767	88 775	30 561	118 526	44 809
	nappali tagozaton tanul	41 094	33 515	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	12 000	12 000	11 729	11 729	41 153	32 833	24 000	24 000
	háztartásbeli munkanélküli, inaktív	119 976	31 655	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	11 138	5 569	161 057	29 377	130 716	26 828	nincs	nincs
A 20 évnél fiatalabb (0-19 évesek) eltartott gyermekek	335 551	42 685	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	nincs	170 192	19 695	295 200	49 200	238 603	31 456	nincs	nincs
Háztartásfő neme	Férfi	190 303	56 014	109 979	38 698	50 346	14 862	194 139	49 003	57 619	17 548	206 089	68 424	163 052	45 404	282 867	82 295
	Nő	93 909	43 523	47 739	24 401	969	678	48 000	48 000	25 567	11 968	78 236	43 939	97 555	41 813	101 535	49 366
	1 239 995 Ft alatt	39 376	24 168	12 611	9 995	1 374	1 374	nincs	nincs	11 991	7 851	37 010	37 010	49 038	25 450	51 962	44 751
	1 239 996 - 1 808 806 Ft között	62 272	28 562	28 832	15 807	1 012	506	nincs	nincs	20 062	8 961	59 954	38 789	69 494	29 873	240 000	60 000
1 808 807 - 2 395 600 Ft között	99 022	35 109	45 114	20 079	2 500	1 250	74 218	28 128	35 277	12 844	113 437	49 256	99 682	33 344	92 418	37 388	
2 395 601 - 3 191 786 Ft között	136 726	41 812	65 454	35 692	21 603	6 229	nincs	nincs	54 278	17 518	150 523	50 262	122 425	36 137	142 044	45 036	
3 191 787 Ft felett	270 974	73 081	154 098	43 242	94 998	24 295	216 557	54 782	72 333	19 577	275 338	81 006	213 151	55 706	385 007	102 814	
Összes kiadások	1 030 306 Ft alatt	30 697	18 179	4 547	4 547	969	678	nincs	nincs	16 293	9 643	35 688	26 040	37 423	19 700	50 594	36 000
	1 030 307 - 1 463 256 Ft között	44 717	19 955	14 814	5 752	nincs	nincs	nincs	nincs	14 754	6 267	52 015	31 829	51 497	22 022	53 349	27 041
	1 463 257 - 1 953 364 Ft között	75 309	26 416	29 360	17 803	1 631	763	74 218	28 128	25 091	9 055	67 534	32 824	86 561	28 255	87 878	29 511
	1 953 365 - 2 674 694 Ft között	107 433	33 905	63 795	25 396	72 435	20 636	nincs	nincs	41 386	13 230	101 980	39 112	105 223	31 742	146 416	61 005
	2 674 695 Ft felett	277 464	77 905	138 669	45 729	43 787	11 810	216 557	54 782	76 441	22 139	280 457	83 293	212 777	58 046	325 112	89 098

Forrás: saját számítás

9.3. Melléklet: Sportkiadások jelenlétére vonatkozó modellszámítások

41. táblázat: logit-modell alapján számított esélyhányadosok a sportkiadások jelenlétére vonatkozóan

Település (KOZS)	Exp(B)	Régió (KMO)	Exp(B)	Korcsoport (KOR65)	Exp(B)	Gyermekek (GYER0)	Exp(B)
BP	2,871	KDU	1,299	KOR24	7,525	GYER12	2,034
MSZH	1,778	NYDU	1,036	KOR2534	4,500	GYER34	2,594
EGYVAR	1,371	DDU	1,024	KOR3544	5,110	GYER5	1,495
		EMO	0,778	KOR4554	2,754		
		EALF	1,230	KOR5564	1,623		
		DALF	1,007				
Végzettség (ISK1)	Exp(B)	Nem (NO)	Exp(B)	Nettó jövedelem (kategorizált)		Exp(B)	
ISK2	1,899	FFI	0,997			1,408	
ISK3	3,147						

Forrás: saját számítás

42. táblázat: Összefoglaló táblázat a logit és a probit modellek eredményeiről, a „Sportszerek, kempingcikkék” tétel kiadási szerkezetben való jelenlétére vonatkozóan.

	Sportszerek, kempingcikkék							
	logit				probit			
	Koefficiens	probitra átszámított koefficiens		Parciális hatás	Koefficiens		Parciális hatás	
const	-5,99242 (-17,3252)	-3,7452625	***		-3,0643 (-19,7477)	***		
BP	0,962346 (-3,7673)	0,60146625	***	0,0402525	0,493009 (-4,0552)	***	0,0482888 (3,16)	***
MSZH	0,335207 (-2,0197)	0,20950438	**	0,0112123	0,166925 (-2,1175)	**	0,0132533 (1,95)	*
EGYVAR	0,21662 (-1,323)	0,1353875		0,00695155	0,111284 (-1,4598)		0,00850661 (1,4)	
KOZS								
GYER12	0,425089 (3,0643)	0,26568063	***	0,0142208	0,210448 (-3,1276)	***	0,0166924 (2,88)	***
GYER34	0,575476 (-2,5709)	0,3596725	**	0,0226684	0,268098 (2,3516)	**	0,0244135 (1,93)	*
GYER5	0,67114 (-1,0647)	0,4194625		0,028338	0,290839 (0,9085)		0,0275567 (0,72)	
GYER0								
REGIO_KDUN	0,447863 (-1,7122)	0,27991438	*	0,0162863	0,224274 (1,7922)	*	0,0192827 (1,54)	
REGIO_NYDUN	0,432059 (-1,6253)	0,27003688		0,0156463	0,227131 (1,7883)	*	0,0196099 (1,53)	
REGIO_DDUN	0,305964 (-1,0922)	0,1912275		0,0105504	0,147615 (1,108)		0,0120258 (1)	
REGIO_EMO	0,0325302 (-0,1246)	0,02033138		0,00100659	0,0320049 (0,2609)		0,00238314 (0,26)	
REGIO_EALF	0,230325 (-0,8901)	0,14395313		0,00763764	0,12955 (1,06)		0,0103089 (0,98)	
REGIO_DALF	-0,135229 (-0,5028)	-0,08451813		-0,0039639	-0,04742 (-0,3795)		-0,0033551 (-0,39)	
REGIO_KMO								
KOR24	1,26575 (-2,6423)	0,79109375	***	0,0710583	0,543634 (2,4275)	**	0,0634625 (1,7)	*
KOR2534	1,31284 (-5,0916)	0,820525	***	0,0670305	0,588003 (5,1871)	***	0,0647918 (3,83)	***
KOR3544	1,41992 (-5,5451)	0,88745	***	0,0696327	0,638657 (5,7052)	***	0,068047 (4,3)	***
KOR4554	0,803195 (-3,1977)	0,50199688	***	0,0307045	0,327235 (3,0487)	***	0,0282333 (2,66)	***
KOR5564	0,41693 (-1,6102)	0,26058125		0,0142118	0,155615 (1,4273)		0,0122501 (1,33)	
KOR65								
ISK2	0,517586 (-3,6962)	0,32349125	***	0,0178584	0,235565 (3,5729)	***	0,0190478 (3,26)	***
ISK3	0,869845 (-5,745)	0,54365313	***	0,0351342	0,409592 (5,601)	***	0,0380591 (4,53)	***
ISK1								
FFI	0,299501 (-1,9979)	0,18718813	**	0,0087379	0,131503 (1,8643)	*	0,00918976 (1,95)	*
NO								
NJOVKAT	0,249919 (-4,7989)	0,15619938	***	0,00765033	0,125636 (5,1736)	***	0,00916197 (5,24)	***
<i>McFadden-féle R²</i>		0,123345					0,124783	
<i>Gyakorisági R² (helyes előrejelzések száma, db)</i>		7253 (94,8%)					7253 (94,8%)	
<i>Log-likelihood érték</i>		-1368,502					-1366,258	
<i>Likelihood-arány, χ^2 (21)</i>		385,095 [0,0000]					389,584 [0,0000]	

Forrás: saját számítás

43. táblázat: Összefoglaló táblázat a logit és a probit modellek eredményeiről, a „Sportrendezvények, belépődíjak” tétel kiadási szerkezetben való jelenlétére vonatkozóan.

	Sportrendezvények, belépődíjak				
	logit			probit	
	Koefficiens	probitra átszámított koefficiens	Parciális hatás	Koefficiens	Parciális hatás
const	-5,73434 (-16,2361)	-3,583963	***	-2,89255 (-18,5397)	***
BP	0,342446 (1,1942)	0,214029		0,186514 (1,4222)	0,0130536 (1,28)
MSZH	0,246349 (1,3199)	0,153968		0,120013 (1,428)	0,00797099 (1,34)
EGYVAR	0,272701 (1,4884)	0,170438		0,130717 (1,6044)	0,0086334 (1,52)
KOZS					
GYER12	-0,090306 (-0,5711)	-0,056441		-0,0402296 (-0,54)	-0,00246711 (-0,55)
GYER34	-0,114699 (-0,3987)	-0,071687		-0,0559843 (-0,411)	-0,00332268 (-0,43)
GYER5	-0,512752 (-0,4935)	-0,32047		-0,314439 (-0,6417)	-0,0145363 (-0,91)
GYER0					
REGIO_KDUN	0,369524 (1,2887)	0,230953		0,196302 (1,4776)	0,0142287 (1,29)
REGIO_NYDUN	0,490238 (1,7187)	0,306399	*	0,244232 (1,8346)	* 0,0184123 (1,54)
REGIO_DDUN	-0,103693 (-0,313)	-0,064808		0,0090213 (0,0615)	0,00056615 (0,06)
REGIO_EMO	0,178841 (0,6431)	0,111776		0,091327 (0,7106)	0,00605811 (0,67)
REGIO_EALF	0,078789 (0,2698)	0,049243		0,064948 (0,4908)	0,00423644 (0,47)
REGIO_DALF	0,125217 (0,4461)	0,078261		0,0819621 (0,6401)	0,00539673 (0,61)
REGIO_KMO					
KOR24	1,36555 (3,2402)	0,853469	***	0,603175 (2,9595)	*** 0,0649465 (1,97)
KOR2534	0,642798 (2,6064)	0,401749	***	0,271739 (2,4473)	** 0,0207319 (2,04)
KOR3544	0,629695 (2,5458)	0,393559	**	0,271587 (2,4697)	** 0,0200357 (2,12)
KOR4554	0,247375 (1,0753)	0,154609		0,0823957 (0,8206)	0,00536205 (0,79)
KOR5564	-0,136471 (-0,5763)	-0,085294		-0,0743453 (-0,7362)	-0,00446451 (-0,76)
KOR65					
ISK2	0,717766 (4,4181)	0,448604	***	0,316278 (4,4298)	*** 0,022838 (3,92)
ISK3	1,05788 (6,066)	0,661175	***	0,480479 (6,0883)	*** 0,0404082 (4,76)
ISK1					
FFI	0,055347 (0,3368)	0,034592		0,0261713 (0,3525)	0,0016161 (0,36)
NO					
NJOVKAT	0,385649 (6,3909)	0,241031	***	0,173515 (6,497)	*** 0,0108127 (6,69)
<i>McFadden-féle R²</i>		0,089421			0,089606
<i>Gyakorisági R² (helyes előrejelzések száma, db)</i>		7358 (96,2%)			7358 (96,2%)
<i>Log-likelihood érték</i>		-1129,065			-1128,835
<i>Likelihood-arány, χ^2 (21)</i>		221,753 [0,0000]			222,212 [0,0000]

Forrás: saját számítás

44. táblázat: Összefoglaló táblázat a logit és a probit modellek eredményeiről, a „Sport-, zene-, táncanfolyam” tétel kiadási szerkezetben való jelenlétére vonatkozóan.

	Sport-, zene-, táncanfolyam							
	logit				probit			
	Koefficiens	probitra átszámított koefficiens		Parciális hatás	Koefficiens		Parciális hatás	
const	-6,5607 (-20,8257)	-4,1004375	***		-3,48749 (-23,2683)	***		
BP	1,23756 (6,6742)	0,773475	***	0,0842508	0,704638 (6,9949)	***	0,104669 (5,25)	***
MSZH	0,829365 (6,5786)	0,51835313	***	0,0478619	0,469239 (6,8638)	***	0,0599638 (5,69)	***
EGYVAR	0,400241 (3,1981)	0,25015063	***	0,0202096	0,228473 (3,4313)	***	0,0257333 (3,16)	***
KOZS								
GYER12	1,04047 (9,8755)	0,65029375	***	0,0602572	0,596244 (10,4217)	***	0,0763947 (8,43)	***
GYER34	1,48829 (8,8378)	0,93018125	***	0,128942	0,838539 (8,8358)	***	0,152863 (5,99)	***
GYER5	1,08121 (2,2138)	0,67575625	**	0,0821291	0,583154 (2,1246)	**	0,0939575 (1,52)	***
GYER0								
REGIO_KDUN	0,0786908 (0,4084)	0,04918175		0,00375225	0,0444535 (0,4219)		0,00472672 (0,41)	
REGIO_NYDUN	-0,388177 (-1,8629)	-0,2426106	*	-0,0156825	-0,201711 (-1,8039)	*	-0,0182312 (-2,07)	**
REGIO_DDUN	0,0657957 (0,3225)	0,04112231		0,00312443	0,0352614 (0,3185)		0,00372884 (0,31)	
REGIO_EMO	-0,427116 (-2,2328)	-0,2669475	**	-0,0173606	-0,238478 (-2,3093)	**	-0,0214735 (-2,66)	**
REGIO_EALF	0,15773 (0,8684)	0,09858125		0,00770354	0,0842185 (0,8502)		0,00914784 (0,81)	
REGIO_DALF	0,0120325 (0,0665)	0,00752031		0,000559812	0,00608011 (0,0619)		0,000630183 (0,06)	
REGIO_KMO								
KOR24	3,03796 (8,7256)	1,898725	***	0,459412	1,50572 (8,6157)	***	0,388936 (5,95)	***
KOR2534	2,15494 (8,153)	1,3468375	***	0,217435	1,00633 (8,5432)	***	0,186013 (6,22)	***
KOR3544	2,40303 (9,1518)	1,50189375	***	0,234789	1,15324 (9,8775)	***	0,209218 (7,33)	***
KOR4554	1,76706 (6,8093)	1,1044125	***	0,13345	0,795966 (6,9924)	***	0,1174 (5,64)	***
KOR5564	1,19371 (4,4782)	0,74606875	***	0,0756885	0,508079 (4,3691)	***	0,0655998 (3,75)	***
KOR65								
ISK2	0,609735 (5,8118)	0,38108438	***	0,0323755	0,327497 (5,8115)	***	0,0384162 (5,17)	***
ISK3	1,14097 (10,0254)	0,71310625	***	0,0750047	0,622464 (9,9951)	***	0,0884955 (7,6)	***
ISK1								
FFI	-0,172065 (-1,6065)	-0,1075406		-0,00821068	-0,104112 (-1,7907)	*	-0,0111 (-1,73)	*
NO								
NJOVKAT	0,353648 (8,9353)	0,22103	***	0,0163916	0,191628 (9,1967)	***	0,0197929 (9,01)	***
<i>McFadden-féle R²</i>		0,249458					0,253248	
<i>Gyakorisági R² (helyes előrejelzések száma, db)</i>		6808 (89,0%)					6812 (89,0%)	
<i>Log-likelihood érték</i>		-2032,345					-2022,083	
<i>Likelihood-arány, χ^2 (21)</i>		1350,99 [0,0000]					1371,51 [0,0000]	

Forrás: saját számítás

45. táblázat: Logit-modell alapján számított esélyhányadosok az egyes sportkiadási tételek jelenlétére vonatkozóan

	Sportszerek, kempingcikkek Exp(β)	Sportrendezvények, belépődíjak Exp(β)	Sport-, zene-, táncanfolyam Exp(β)
const	0,002	0,003	0,001
BP	2,618	1,408	3,447
MSZH	1,398	1,279	2,292
EGYVAR	1,242	1,314	1,492
GYER12	1,53	0,914	2,831
GYER34	1,778	0,892	4,43
GYER5	1,956	0,599	2,948
REGIO_KDUN	1,565	1,447	1,082
REGIO_NYDUN	1,54	1,633	0,678
REGIO_DDUN	1,358	0,902	1,068
REGIO_EMO	1,033	1,196	0,652
REGIO_EALF	1,259	1,082	1,171
REGIO_DALF	0,874	1,133	1,012
KOR24	3,546	3,918	20,863
KOR2534	3,717	1,902	8,627
KOR3544	4,137	1,877	11,057
KOR4554	2,233	1,281	5,854
KOR5564	1,517	0,872	3,299
ISK2	1,678	2,05	1,84
ISK3	2,387	2,88	3,13
FFI	1,349	1,057	0,842
NJOVKAT	1,284	1,471	1,424

Forrás: saját számítás

9.4. Melléklet: Sportkiadások mértékére vonatkozó modellszámítások

46. táblázat: A „Sportszerek, kempingcikkék” kiadási tétel Heckit-modelljéhez tartozó kvantitatív egyenlet összefoglalása

	Sportszerek, kempingcikkék	
	Koefficiens	Sztenderd hiba
const	3,79186 (-1,2119)	3,12878
BP	0,906396 ** (2,3814)	0,380609
MSZH	0,129732 (0,4892)	0,265216
EGYVAR	0,0814302 (0,366)	0,222494
GYER12	0,0286331 (0,1179)	0,242842
GYER34	0,0727304 (0,2005)	0,362657
GYER5	0,730539 (0,8584)	0,851022
KOR24	1,79798 ** (2,281)	0,788228
KOR2534	0,855341 (1,4381)	0,594771
KOR3544	0,836469 (1,353)	0,618246
KOR4554	0,594723 (1,3825)	0,430171
KOR5564	0,0284106 (0,0792)	0,35862
ISK2	0,41046 (1,5328)	0,26778
ISK3	0,857623 ** (2,2628)	0,379018
FFI	0,260008 (1,1609)	0,223964
NJOVKAT	0,258949 ** (2,0816)	0,124399
lambda	1,38227 (1,4129)	0,978325
Függő változó átlaga	8,985722	
Függő változó sztenderd hibája	1,294207	
rho	0,78799	
sigma	1,754178	

Forrás: saját számítás

47. táblázat: A „Sportrendezvények, belépődíjak” kiadási tétel Heckit-modelljéhez tartozó kvantitatív egyenlet összefoglalása

	Sportrendezvények, belépődíjak	
	Koefficiens	Sztenderd hiba
const	11,9751 (3,7146)	*** 3,22376
BP	-0,0217891 (-0,104)	0,209549
MSZH	-0,283753 (-1,2385)	0,229117
EGYVAR	-0,0564607 (-0,2742)	0,20591
GYER12	0,0584938 (0,359)	0,162937
GYER34	-0,170525 (-0,5845)	0,291754
GYER5	0,523538 (0,4774)	1,0966
KOR24	-0,992334 (-1,4419)	0,688216
KOR2534	-0,151425 (-0,4316)	0,350871
KOR3544	-0,0250237 (-0,0743)	0,336766
KOR4554	0,0800805 (0,3257)	0,245839
KOR5564	0,212985 (0,8347)	0,255169
ISK2	-0,116127 (-0,3539)	0,328088
ISK3	-0,0970752 (-0,2097)	0,463003
FFI	0,113806 (0,6627)	0,171739
NJOVKAT	-0,0210499 (-0,1212)	0,173631
lambda	-0,693729 (-0,6565)	1,05666
Függő változó átlaga	10,41592	
Függő változó sztenderd hibája	1,037664	
rho	-0,582582	
sigma	1,190784	

Forrás: saját számítás

48. táblázat: A „Sport-, zene-, tánctanfolyam” kiadási tétel Heckit-modelljéhez tartozó kvantitatív egyenlet összefoglalása

	Sport-, zene-, tánctanfolyam		
	Koefficiens		Sztenderd hiba
const	8,02475 (5,5684)	***	1,44112
BP	0,966545 (3,9934)	***	0,242036
MSZH	0,451567 (2,5734)	**	0,175472
EGYVAR	0,248319 (1,9856)	**	0,125058
GYER12	-0,058266 (-0,2942)		0,198024
GYER34	-0,00825149 (-0,0301)		0,274179
GYER5	0,0775717 (0,1819)		0,426426
KOR24	0,828951 (1,4224)		0,582796
KOR2534	0,574254 (1,3743)		0,417867
KOR3544	0,864196 (1,9148)	*	0,451322
KOR4554	0,60333 (1,6548)	*	0,364596
KOR5564	0,560666 (1,8509)	*	0,302919
ISK2	0,269407 (2,0845)	**	0,129243
ISK3	0,501675 (2,4493)	**	0,204824
FFI	-0,00885586 (-0,0981)		0,0902475
NJOVKAT	0,130813 (1,9814)	**	0,0660201
lambda	0,17175 (0,4213)		0,407715
Függő változó átlaga			10,19933
Függő változó sztenderd hibája			1,023528
rho			0,184989
sigma			0,928436

Forrás: saját számítás

49. táblázat: Rugalmassági értékek és a feltételes marginális hatások az egyes sportkiadási tételek Heckit-modelljei alapján

Változó	Aggregált sportkiadások		Sportszerek, kempingcikkek		Sportrendezvények, belépődíjak		Sport-, zene-, tánctanfolyam	
	Feltételes marginális hatás	Rugalmasság	Feltételes marginális hatás	Rugalmasság	Feltételes marginális hatás	Rugalmasság	Feltételes marginális hatás	Rugalmasság
BP	0,5185305	67,96%	0,3172348	37,33%	0,0917442	9,61%	0,8646001	137,41%
MSZH	0,226176	25,38%	-0,071667	-6,92%	-0,2105536	-18,99%	0,3829581	46,66%
EGYVAR	0,0689754	7,14%	-0,530512	-41,17%	0,0232847	2,36%	0,2146586	23,94%
GYER12	-0,1297295	-12,17%	-0,2252953	-20,17%	0,0338842	3,45%	-0,1454378	-13,54%
GYER34	-0,2012392	-18,23%	-0,2487386	-22,02%	-0,2048124	-18,52%	-0,1273926	-11,96%
GYER5	0,0118003	1,19%	0,3824725	46,59%	0,3293215	39,00%	-0,0062497	-0,62%
KOR24	0,7538887	112,52%	1,154586	217,27%	-0,6323546	-46,87%	0,6266289	87,13%
KOR2534	0,1950106	21,53%	0,1570427	17,00%	0,134143	14,36%	0,4315312	53,96%
KOR3544	0,379769	46,19%	0,0765205	7,95%	0,1399549	15,02%	0,7003834	101,45%
KOR4554	0,3035325	35,46%	0,2013196	22,30%	0,1303741	13,93%	0,4881089	62,92%
KOR5564	0,1900914	20,94%	-0,1594103	-14,74%	0,1674712	18,23%	0,4864266	62,65%
ISK2	0,1701978	18,55%	0,1264578	13,48%	0,0761787	7,92%	0,2212703	24,77%
ISK3	0,3777206	45,90%	0,3669024	44,33%	0,1932267	21,32%	0,4113225	50,88%
FFI	0,0125858	1,27%	0,1005082	10,57%	0,1298112	13,86%	0,0065291	0,66%
NJOVKAT	0,1868099	20,54%	0,1068309	11,27%	0,0850319	8,88%	0,1024479	10,79%
REGIO_KDUN	-0,1964434	-17,84%	-0,2696396	-23,63%	0,1193241	12,67%	-0,0065699	-0,65%
REGIO_NYDUN	-0,0507503	-4,95%	-0,2730228	-23,89%	0,1482239	15,98%	0,0300616	3,05%
REGIO_DDUN	-0,0329237	-3,24%	-0,1778981	-16,30%	0,0055139	0,55%	0,0052129	0,52%
REGIO_EMO	0,160333	17,39%	-0,0387178	-3,80%	0,0557049	5,73%	0,0355484	3,62%
REGIO_EALF	-0,1536768	-14,25%	-0,156286	-14,47%	0,0396401	4,04%	-0,0124324	-1,24%
REGIO_DALF	-0,025857	-2,55%	0,057485	5,92%	0,0500068	5,13%	-0,0008998	-0,90%

Vastaggal szedve a legalább 10%-os szignifikancia-szinten szignifikánsnak bizonyult változók

Forrás: saját szerkesztés

Köszönetnyilvánítás

A szerző ezúton szeretne köszönetet mondani mindazok számára, akik hozzájárultak jelen disszertáció elkészítéséhez és létrejöttéhez. Néhányuk szerepe elvitathatatlan, így őket személy szerint is szükséges megemlíteni.

Elsőként a szerző szüleit illeti a köszönet, hisz egész életen tartó támogatásuk és szeretetük, mely a nyugodt háttérrel biztosította a felkészülésben mindennél fontosabb volt.

Továbbá köszönet illeti Dr. Ligeti Zsombort, témavezetőként nyújtott segítségével, éles szemű meglátásaiért, amelyek sok esetben új irányokat nyitottak a kutatómunka számára. Meg kell említeni Dr. Gidai Erzsébetet, aki annak idején a szerzőt egyetemi tanulmányai végeztével nagyban segítette a doktori tanulmányok elkezdésében és emellett olyan témavezetőt biztosított számára, akivel sikeresen együttműködve lehetővé vált a felmerülő akadályok gördülékeny leküzdése. Szintén köszönet illeti Dr. Andrassy Adél intézetigazgató asszonyt, aki a szerzőt doktoranduszként az általa vezetett intézetbe befogadta és számára az elmélyült kutatómunkához a szükséges időt és lehetőségeket megteremtette.

Továbbá köszönet illeti még Árendás Györgyöt a Széchenyi István Doktori Iskola munkatársaként végzett segítőkész munkájáért, Dr. Ács Pongrácot a szerző sporttudományos pályájának egyengetéséért és Dr. Székely Csabát, aki dékánként lehetőséget biztosított, hogy a szerző doktoranduszi státuszának lejártát követően az egyetemi berkeken belül maradva elkészíthesse jelenlegi disszertációját.

Nyilatkozat

Alulírott **Paár Dávid** jelen nyilatkozat aláírásával kijelentem, hogy a(z) „**A magyar háztartások sportfogyasztásának gazdasági szempontú vizsgálata**” című

PhD értekezésem

önálló munkám, az értekezés készítése során betartottam *a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. tv.* szabályait, valamint a Széchenyi István Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata Doktori Iskola által előírt, a doktori értekezés készítésére vonatkozó szabályokat, különösen a hivatkozások és idézések tekintetében.³⁸

Kijelentem továbbá, hogy az értekezés készítése során az önálló kutatómunka kitétel tekintetében a programvezetőt illetve a témavezetőt nem tévesztettem meg.

Jelen nyilatkozat aláírásával tudomásul veszem, hogy amennyiben bizonyítható, hogy az értekezést nem magam készítettem, vagy az értekezéssel kapcsolatban szerzői jogsértés ténye merül fel, a Nyugat-magyarországi Egyetem megtagadja az értekezés befogadását.

Az értekezés befogadásának megtagadása nem érinti a szerzői jogsértés miatti egyéb (polgári jogi, szabálysértési jogi, büntetőjogi) jogkövetkezményeket.

Sopron, 2013. május 6.

.....
doktorjelölt

³⁸ **1999. ÉVI LXXVI. TV. 34. § (1)** A MŰ RÉSZLETÉT – AZ ÁTVEVŐ MŰ JELLEGE ÉS CÉLJA ÁLTAL INDOKOLT TERJEDELEMBEN ÉS AZ EREDETIHEZ HÍVEN – A FORRÁS, VALAMINT AZ OTT MEGJELÖLT SZERZŐ MEGNEVEZÉSÉVEL BÁRKI IDÉZHETI.

36. § (1) nyilvánosan tartott előadások és más hasonló művek részletei, valamint politikai beszédek tájékoztatás céljára – a cél által indokolt terjedelemben – szabadon felhasználhatók. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni, hacsak ez lehetetlennek nem bizonyul.