

KOMPLEX SPORTTITŰDÖK

COMPLEX SPORTSERVICE EVSZOLGÁLTATÁS ÉRTÉKELÉS: VEZETŐI ATTALUATION: ATTITUDES OF LEADERSHIP

Hargitai Dávid Máté

Marketing Intézeti Tanszék, Gazdálkodástudományi Kar, Pannon Egyetem, Magyarország

Kulcsszavak:

stakeholder, attitűdök,
sportszolgáltatás

Keywords:

stakeholder, attitudes,
sportservices

Cikk történet:

Beérkezett 2016. január 31.
Átdolgozva 2016. február 29.
Elfogadva 2016. március 31.

Összefoglalás

A tanulmány célja, hogy a belső érintettek (vezetők) attitűdjét megvizsgáljam a sportszolgáltatás értékeivel kapcsolatban. A szakirodalom alapján négy dimenzió mentén, kvalitatív módon elemeztem a csoportokat.

Abstract

The aim of study is that to examine the attitudes of internal stakeholders (leader) about the values of sport services. Based on the literature I qualitatively analyzed the groups with four dimensions.

1. Sport kondíciói és dimenziói

Klasszikus értelemben [1] a sport fizikai erő kifejtéssel járó szabadidőben végzett tevékenység. A XX. századra ez az értelmezés már több irányba kiterjedt, amit manapság is számos tényező tágit [2]. Az életmódbeli változások hatására nőtt a szabadidősport iránt érdeklődés, aminek hatására új sportágak jelentek meg. Emellett a sport professzionális irányzatának kialakulása lehetővé tette a sportolók számára, hogy jövedelemszerző tevékenység legyen. Az egészségügy szintén kitágította a sport szerepét; egészségmegőrző és rehabilitációs vonatkozásban, ami lehetőséget adott a rétegsportok (gyerek-, diák-, senior) és a technikai sportok kialakulására. Megállapíthatjuk, hogy a szabadidősport célja a testmozgás, míg a látványsport középpontjában a versengés áll [3]. A Sportgazdaság a sport javak és szolgáltatások előállításában, elosztásában, a cserében és fogyasztásban felmerülő döntési alternatívákkal és döntések megvalósulásának társadalmi környezetével, következményeivel foglalkozik [4]. A sportolás a fejlett országokban a mindennapi élet része lett, emellett ki kell emelni reklámgazdaság, marketing szerepét is. Ezen tényezők szükségessé tették a sport közgazdaságtani irodalmának bővülését. [4]. A sport gazdaságára úgy tekinthetünk, mint egy iparágra és ennek megfelelően kell elvégezni az elemzéseket, annak figyelembevételével, hogy milyen sajátosságai vannak az adott ágazatnak. A vizsgálni kívánt sportszolgáltatás levetítésére alkalmas négy területet a sport fogalmi keretéből vezettem a szakirodalmak alapján:

1. táblázat: *sportszolgáltatáshoz kapcsolható dimenziók*

<i>Dimenzió</i>	<i>Szerző</i>
<i>Életvitelt támogató</i>	[11]; [12]; [13]
<i>Egészségfejlesztő</i>	[12]; [11]
<i>Sport érték (teljesítmény, siker)</i>	[10]; [12]; [11]
<i>Üzleti (marketing) érték</i>	[12]; [13]

Forrás: saját szerkesztés

2. A sporttermék/szolgáltatás érintettjei

A 21. században végbemenő folyamatos környezeti változás, melynek üteme exponenciálisan növekszik a sport iparára is hatással van [5]. Minden kisebb és nagyobb sportegyesület esetében is számos gazdasági és társadalmi szereplővel találkozunk a környezetében, és azok az elemek (emberek, érintettek csoportjai, szervezetek, más vállalatok, néha országok is) lesznek fontosak számunkra melyekkel tartós kapcsolatot képesek létesíteni [6], és befolyásolni a szervezet céljait [7]. A stakeholder elmélet szerint egy sportegyesület is számos érintettel rendelkezik, amennyiben ezeket pontosan meghatározza és figyelemmel követi és összhangba állítja az érintettek elvárásaival sikeresen tud működni a piacon. Ez a fajta szemlélet egy kultúraváltást igénylő folyamat következménye, ami a magyar sport környezetében új fogalomnak tekinthető. Az érintettek érdekeinek és értékeinek beépítése komoly kihívást jelent korunk számára. A sport területén nem szabad csak a menedzsmentre, üzleti sikerre gondolni, amire hatással tudnak lenni az érintettek működése, hanem figyelembe kell venni azokat a járulékos tényezőket is, mint az egészségesebb és tisztességesebb élettér. A stakeholder „*olyan személyek vagy csoportok akiknek követelése, tulajdona valamint joga, vagy érdeke van a vállalattal, valamint múlt jelen és jövőbeli cselekedeteivel kapcsolatban.*” Clarkson [8] írásaiban – leíró elmélet- két markánsan elkülönülő stakeholder csoportot határoz meg, melyet elsődleges és másodlagos érintetteknek nevezett el. Az elsődleges érintettek közé azok tartoznak, akik alapján határozzák meg a vállalat működését (befektetők, munkavállalók, fogyasztók, beszállítók). A vállalat jelenléte és egyben sikeressége attól függ, hogy a döntéshozók értékteremtése megfelelő-e az érintett csoportok számára.

A másodlagos érintettek fontosak a vállalat számára, de nincs olyan függelmi viszony, melynek hiányában a vállalat piaci jelenlétét tenné kérdőjelessé.

3. Eredmények

A tanulmányban mini-fókuszcsoportos interjút használtam, melynek keretében a cél az volt, hogy a sportszolgáltatás komplexitásából adódó mélyebb és rejtett összefüggéseket feltárjam az érintettek körében. A vélemények különbözőségére, tapasztalatok megvitatására, a témával kapcsolatos érzelmekre, feszültségekre voltam kíváncsi [9]. Jelen tanulmányban kizárólag a vezetői attitűdöket vizsgáltam az egyes dimenziók vonatkozásában – VEDAC, ARAK, BEAC, IKARUS, Bonyhád AC. A cél az volt, hogy strukturáltan feltárássra kerüljenek (tartalomelemző szoftver segítségével: Atlas.ti) a későbbi kvantitatív elemzés célját szolgáló kvalitatív változók, ami a kutatás későbbi fázisában segíthet meghatározni az egyes stakeholder csoportok preferenciáit, amely így összehasonlíthatóvá válik.

3.1. Életvitel és sport kapcsolata

Az életvitellel kapcsolatosan a sportban a *közösségformáló erő* (ami meglepő abból, szempontból, hogy az atlétika egyéni sport), ami legnagyobb gyakorisággal jelent meg a Vezetői oldalról a közösségformálás eredményességét, annak függvénye, hogy hogyan foglalkoznak a gyerekekkel. Egyéni sport, viszont edzésen együtt dolgoznak a csoportok, és ez néha érdekellentétet szül, ami ronthatja a közösségformáló erőt, tehát egyaránt vannak pozitív és negatív attitűdök ezzel kapcsolatban. A vezetők által említett tényezők elsősorban az életvitelre

gyakorolt pozitív hatásokat emelte, amelyek az alábbi kódcsoportokban jelent meg a tartalomelemzés során:

2. táblázat: életvitel dimenzióban megjelenő kvalitatív változók

életvitel: közösségépítés (15db idézet)	"jó közegben jó csapatban lesznek ami szintén nagyon fontos."
	"Megpróbáljuk meggyőzni, hogy itt a gyermek egy közösségnek tagja. "
életvitel: mozgásformák tanulása (3db idézet)	"tanuljon meg olyan mozgásformákat, ami később alapja lehet a többi sportágnak"
életvitel: sport hatása a tanulásra (13 db idézet)	"Amikor leül tanulni neki kevesebb ideje van tanulni, mint annak aki nem sportol. "
	"A gyerek pedig látja, hogy nem csak a sportpályán kell eredményesnek lenni hanem a tanulmányokban is."
életvitel: csoportmunka (5 db idézet)	"Együtt edzenek együtt szenvednek, együtt is versenyeznek és a pályán kívül jó barátságban is vannak, akik pályán ellenfelek."
életvitel: tervszerűség (3db idézet)	"clubnál plusz feladatot kap, a tanulás mellett hiszen a gyerekeknek az elsődleges munkahelye az iskola, ez arra kényszeríti őket hogy jól tervezetten éljék az életüket."
életvitel: időbeosztás (5db idézet)	Amikor leül tanulni neki kevesebb ideje van tanulni, mint annak aki nem sportol.
életvitel: mindennapok része (2db idézet)	"Életvitszerűen megszokott része lesz a mindennapjának akkor ez remélhetőleg a felnőtt korban is megmarad"

Forrás: saját szerkesztés

3.2. Egészség szerepe a sportban

Az egészség dimenziójához alapvetően két szempontból lehet vizsgálni; egyrészt hogy a versenysport milyen szerepet játszik az egészségben a vezetők szerint (egészségfejlesztő, vagy egészségkárosító) másrészt ezt milyen módon befolyásolják. Az első lényeges megállapítás a vezetők részéről, hogy a *versenysport határterheléssel* dolgozik, aminek *egészségkárosító hatásai lehetnek* („A sportot az egészséggel összekötik, viszont a versenysport határterheléssel dolgozik”) –kemény tényező -. A kettő közötti egyensúlyt a kvalitatív feltárás során két változóra bontható (soft tényezők): „egészséges életet nagymértékben az határozza meg, hogy az milyen irányítással működik, mi az *edzői* valamint a *sportolói filozófia*. Az összes többi felmerült változó a kettő viszonyából fakad és elsősorban versenysportra utaló tényezők jelentek meg, amit az alábbi táblázat mutat. A sorrendiség a gyakoriságot is mutatja, hogy hány idézet volt kapcsolható kódolt változóhoz, melyet zárójelben hozzárendeltem a változóhoz. Ez alapján megállapítható, hogy a vezetők az egészségfunkcióhoz elsősorban a táplálék kiegészítők, dopping szerepét emelték ki, pozitív és negatív értelemben. Kisebb mértékben jelent meg a sport egészségfejlesztő hatása, és az egészséges táplálkozással kapcsolatos attitűdök.

3. táblázat: egészség dimenzióban megjelenő kvalitatív változók

táplálék kiegészítő: szkepticizmus (12 idézet)	„Önmagában a táplálék kiegészítő szedése nem lendít annyit, a teljesítményen mint amennyi misztifikum társul ennek a képzetéhez.”
dopping (8db idézet)	„Sokszor szembe találjuk magunkat dopping esetekkel.”
táplálék kiegészítő- üzlet (6db idézet)	„Kifejezetten jó üzlet és ezért is keresik meg a clubot, különböző csodahatású szerekkel.”
táplálék kiegészítő: teljesítmény (5db idézet)	„Komoly szerepe van mivel a mai ételekben már nincs annyi tápanyag.”
kiegész (4db idézet)	„Ideje korán meghajtják őket, hogy jöjjenek az eredmények és kiégnek.”
táplálkozási szokás-oktatás (4db idézet)	„A teljesítményre és egészségre nagymértékben hatással van a sportoló táplálkozási szokása, amit oktatással tudunk támogatni”
egészségfejlesztő hatás (3db idézet)	„Az megkérdőjelezhetetlen, hogy egészséges, abszolút mértékben.”
táplálék kiegészítő - orvosi felügyelet (2db idézet)	„Orvos írja elő a táplálékkiegészítő szedésének a protokollját amihez edzői hozzájárulás szükséges.”

Forrás: saját szerkesztés

3.3. Sportérték

A sportérték meghatározásában a vezetők elsősorban a sikerességet vették alapul és ennek többféle vetülete jelent meg a válaszaik során. A tartalomelemzés során a legnagyobb gyakorisággal a *sportértéknek az elért teljesítményt* tartották a válaszadók ("Legyen olyan atléta, aki kijut EB-re, VB-re korosztályos majd felnőtt szinten" / „Mennyi korosztályos válogatottal bír a club, ki jut el egy Universiadera vagy U23-as EB-re, IFI VB-re” / „Majd legyen olyan válogatott atléta, aki országos csúcst is döntött”). A sportolói teljesítményorientáltságot viszont egyensúlyba hozza a vele szoros összefüggésben említett, *önmagához mért egyéni fejlődés* („...ahogy halad a sportpályafutása során, mindenki a képességeinek megfelelő eredményt érje el.” / „Mindenkinek adni valamilyen célt ami elérhető, személyre szabottan”). Ezzel kapcsolatban tehát két egymással összhangban lévő attitűdpár állapítható meg, egyrészt, hogy legyenek abszolút értelemben vett sikeres sportolók, ezt viszont az egyéni képességek determinálják, így mindenkinek személyre szabott célokat kell kitűzni. Az interjúk során további feltárt változócsoportok ezeket a sportértéket támogatják (háttér változók):

4. táblázat: sportérték dimenzióban megjelenő kvalitatív változók

sportérték (szakmai háttér megfelelése) (5db idézet)	„Siker egy mérőszáma, hogy mennyire elismert a szakmai munka, aminek leképeződése a MASZ által van a támogatások formájában.”
sportérték (tömegbázis építése) (4db idézet)	„Legnagyobb siker az ha sokan vannak...”
sportérték (nyitott környezet) (3db idézet)	„Nyitott környezetet biztosítani mindenkinek, hogy elmondhassa a problémáit, vagy ha van egy gondolata mondja el.”
sportérték (hagyomány) (3db idézet)	„Nálunk a BEAC-nál kiemelt szerepe van a hagyománynak, ezeket őrizzük és továbbadjuk...”
sportérték (megújulásra való hajlandóság) (1db idézet)	„Szakosztályi szinten az a siker ha tudunk és jól tudunk működni, valamint folyamatosan meg tudunk újulni”

Forrás: saját szerkesztés

3.4. Üzleti érték

A finanszírozási kérdés, mindig alapvetés a sportban. A vezetők pozíciójukból adódóan globálisan vizsgálták a kérdést. A sportértékből és annak vetületeiből levezethető, hogy az atlétika jelenleg állami támogatás nélkül nem működne. Az interjúk során a vezetők abból az alapvetésből indultak, hogy tudna üzleti alapon működni az atlétika („eladható sport az atlétika”), de csak a távoli jövőben, hiszen számos szegmensben pozitív változásnak kell bekövetkeznie; *edzőképzés, kötelező testnevelés, a sportág társadalmi megítélése, köztudatban való elterjedése, infrastrukturális fejlesztés*. Sok pozitív példát említhetünk Nyugat-Európában, ahol a semmiből építették újjá a sportágat, ehhez viszont több tényezőnek is teljesülnie kell, melyek a tartalomelemzés szerint a következők voltak.

5. táblázat: üzleti érték dimenzióban megjelenő kvalitatív változók

üzleti érték: csúcsteljesítmény (11db idézet)	"Az eszme eladható valamint eladható a csúcsteljesítmény."
	"Eladható lenne, de ahhoz több magyar atlétára lenne szükség, akik a világversenyen ott vannak a legjobb 8-ba"
üzleti érték: fogyaszthatóság (7db idézet)	"Az IIAF hivatalos versenyszámai közül nagyon kevés az ami ehető, a nem szakavatott ember számára befogadó kész. "
	"A szabály roppant komplikált ahhoz, hogy az egyszerű néző azt értse és kövesse."
üzleti érték: hobbifutás (2db idézet)	"Utcai futóverseny az igen, ott vannak több ezren így van üzleti értéke."

Forrás: saját szerkesztés

Ez alapján szükséges, hogy nagyobb számban legyenek csúcsteljesítményt elérő sportolók, a versenyek követhetősége egyszerűsödjön, valamint kiemelt figyelmet kellene fordítani a sportkluboknak a hobbifutásból származó tömegre, akik fizetőképes piacot biztosítanak. Amíg ezen változók mentén nem történik elmozdulás, a fenntarthatóságot az önkormányzati szerepvállalás („Eladható az a filozófia amit képviselnek, mert az önkormányzat támogatja.”) valamint személyes kapcsolatok révén helyi vállalkozások biztosítják („lehetőség van arra, megtalálják azokat a személyeket vállalkozókat, akik szimpatizálnak a sportággal). Amíg nincs meg a piaca („sportolói bázis növeléssel lehet belső piacot teremteni”), addig nem lehet annyi szponzort bevonni, ebben viszont a helyi médiumok mint támogató szervezetek meg tudnak jelenni. Az üzleti értékhez kapcsolható legnagyobb negatív attitűd, amely megjelent a válaszokba a sport, *doppingérzékenysége*, amely a sportág esetében kritikus („Magyarországon a dobószámaink tudnak világszintűek lenni, de azok meg nagyon dopping érzékenyek, ezért a szponzorok nagyon óvatosak ezen a területen”).

4. Következtetések

Azáltal, hogy sikerül azonosítani a magyar atlétikában jelenlévő stakeholder csoportokat, átlátható kapcsolati hálót és működési folyamatot kapunk ezen a területen. Jelen tanulmány keretében kizárólagosan csak a vezetői attitűdökkel foglalkoztam. Az eredmények azt mutatják, hogy mindegyik vizsgált területnek megvannak a sarokpontjai, de mellettük sok egyéb változó is megjelenik. A kutatás folytatásában a többi stakeholder csoportra is ki kell terjeszteni a kvalitatív elemzést, amiből további változókat lehet nyerni. Mindezek lehetőséget biztosítanak arra, hogy attitűd-skálákon keresztül megismerhetővé és mérhetővé váljon az atlétika mint komplex sportszolgáltatás. Felállítható a csoporton belüli és közötti preferencia sorrend, melynek járulékos hasznossága a csoportok közötti szinergikus hatásban teljeseedik ki. A magyar atlétikában szerzett több éves tapasztalatom azt mutatja, hogy a folyamatok hatékonyabbá tétele nem kizárólag pénz kérdés. A struktúrájának kell megváltozni, ehhez viszont ismerni kell az érintettek körét, attitűdjeit, preferenciáit.

Irodalomjegyzék

- [1] András Krisztina (2003): Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Gazdálkodástani Ph.D program, Ph.D disszertáció
- [2] Dr. Sárközy Tamás (2002): A sporttörvény magyarázata; HVGORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- [3] Nagy Péter (1995): Bevezetés a professzionális sport közgazdaságtanába, BKE jubileumi konferencia kötet, BKE
- [4] Dénes F.-Misovicz T.(1994): Bevezetés a sportökonómiába, Vezetéstudomány, 1994. 3. szám pp. 57-61
- [5] Katzell, R. A. - Austin, J. T. (1992): From then to now: The development of industrialorganizational psychology in the United States. *Journal of Applied Psychology*, 77, pp. 803–835
- [6] Chikán Attila (1997): Vállalatgazdaságtan. AULA Kiadó, Budapest. ú
- [7] M.T. Friedman – D.S. Mason (2004): A Stakeholder approach to Understanding Economic Development Decision Making: Public Subsidies for Professional Sport Facilities. *Journal of Management*, 2008,34, pp. 1152-1189
- [8] Clarkson, M. (1995): A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *The Academy of Management Review*, 20, 1, pp. 92–117
- [9] Pálinkó Éva (2009): Fiatal kutatók életútja és szakmai identitása Ph.D értekezés, Budapest
- [10] Kelly, John R. (1983): *Leisure Identities and Interactions*, London: George Allen & Unwin, Publisher. Development Decision Making: Public Subsidies for Professional Sport Facilities. *Journal of Management*, 2008,34, pp. 1152-1189
- [11] Nádori L. – Bátonyi V. (2003): Európai Unió és a sport, Uniós csatlakozás a sportban. Dialóg Campus Kiadó, Budapest – Pécs
- [12] Varga Cs. (2008): Kistérségi sport és szabadidős stratégia. ÖTM Sport szakállamtitkárság, Budapest.
- [13] Wann, D. L. (1997): *Sport Psychology*. Upper Saddle River, N.J., Prentice Hall.