

GAZDÁLKODÁSTUDOMÁNYI KÖZLEMÉNYEK

VIII. évfolyam, 2. szám, 2020.

Debrecen
2020

*A kiadvány az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú
„Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek
a felsőoktatásban c. projekt támogatásával valósult meg.*

Főszerkesztő:

Pető Károly

Felelős szerkesztető:

Dajnoki Krisztina

Szóllósi László

Szerkesztőbizottság:

Bartha Éva Judit

Biró Melinda

Czeplédi Pál

Erdey László

Gál Tímea

Gergely Éva

Kiss Marietta

Müller Anetta

Pierog Anita

Ráthonyi Gergely Gábor

ISSN 2061-2443 (Nyomtatott)

ISSN 2676-864X (Online)

© DE GTK Tudományos Diákköri Tanács

Kiadja a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kara

Felelős kiadó: A kar dékánja

Center-Print Nyomda, Debrecen

2020

TARTALOM

Bakos Imola: A teljes termékenységi arányszám meghatározói jóléti államokban	5
Balogh Balázs: Az influencer marketing megítélésének vizsgálata netnográfiaival a Z-generáció körében.....	15
Fenyves László: Egészséges táplálkozás vizsgálata a Debreceni Egyetem hallgatói körében.....	25
Gyökös Barbara, Bácsné Bába Éva: Prevenció és rehabilitáció gazdasági szempontú vizsgálata kézilabda sportág specifikusan.....	33
Hugyecz Mirtill: Sportolással és táplálkozással kapcsolatos applikációk használata az egyetemisták körében.....	41
Kanyó Krisztina Zsófia, Pfau Christa Sára: A debreceni fiatalok egészségére ható tényezők vizsgálata a sportolás tükrében	49
Mészáros János, Pfau Christa Sára: A szabadidősport hatásai a debreceni egyetemisták személyiségére és egészségtudatosságára	57
Mező Dóra: A 21. századi globális gazdaság változásai a Covid-19 világjárvány következtében	67
Sóskúti Rebeka, Héder-Rima Mária: A munkaerőpiacon elvárt kompetenciák a tehetségihiány tükrében	75
Szalánczi Zoltán: A szülői motiváció alapja az utánpótlásportban	83

A TELJES TERMÉKENYSÉGI ARÁNSZÁM MEGHATÁROZÓI JÓLÉTI ÁLLAMOKBAN

THE DETERMINANTS OF THE TOTAL FERTILITY RATE IN WELFARE STATES

Bakos Imola

ÖSSZEFOGLALÁS

A népesség, illetve a gazdasági fejlődés egyidejű növekedésének összeegyeztethetősége évszázadok óta foglalkoztatja a közgazdászokat. A gyorsan növekvő népesség problémáját azonban napjainkban a népesség csökkenésének mérsékléséből adódó kihívások váltják fel, különösen azokban az országokban, amelyekben az egy főre eső jövedelem és a jóléti szolgáltatások mértéke is magas – röviden: a jóléti államokban. A hosszú távon biztosított reprodukcióhoz ugyanis az egyes országok teljes fertilitási rátájának (TFR) 2,1 körül kell mozognia. Ennek az értéknek az elérése a legtöbb fejlett állam számára komoly kihívást jelent. Mindezekből kiindulva, a tanulmány lineáris regresszió, illetve egyéb adatbányászati módszerek segítségével modellezi, majd vizsgálja a teljes termékenységi arányszámot. Ennek megvalósítása a WEKA nyílt forráskódú program, illetve huszonkét OECD ország adatainak segítségével történik. Az elsődleges cél a TFR-t befolyásoló tényezők feltérképezése. Ezt követően annak tanulmányozása, hogy a jóléti államok esetében mennyire reális törekvés a 2,1-es teljes termékenységi arányszám elérése. A reprodukciós szinthez legközelebb álló eredményeket a lineáris regresszió és a véletlen erdő modellek adják rendre az 1,761 és az 1,893 értékekkel. Az eredmények alapján elmondható, hogy a jóléti országok számára a rövidtávon elérhető cél a kívánt érték minél jobban történő megközelítésére való törekvés.

Kulcsszavak: demográfia, teljes fertilitási ráta, reprodukció

ABSTRACT

The compatibility of the simultaneous population growth and economic development has been preoccupying economists for centuries. However, today the problem of rapidly growing population is being replaced by the challenges of a reducing population, especially in countries with high levels of per capita income and welfare services - in short, in the welfare states. In order to achieve long-term reproduction, the total fertility rate (TFR) of a country must be around 2.1. Achieving this value is a major challenge for most of the developed states. Based on all of this, the paper models and examines the total fertility rate using linear regression and other data mining methods. This will be achieved with the help of WEKA open source program and data of twenty-two OECD countries. The primary goal is to identify the factors influencing TFR, and then to study how realistic it is for welfare states to achieve a total fertility rate of 2.1. The results closest to the reproduction level are obtained by linear regression and random forest, which are 1.761 and 1.893 respectively. Based on the results, the paper concludes that the short-term goal for welfare countries is to approach the desired value as closely as possible.

Keywords: demography, total fertility rate, reproduction

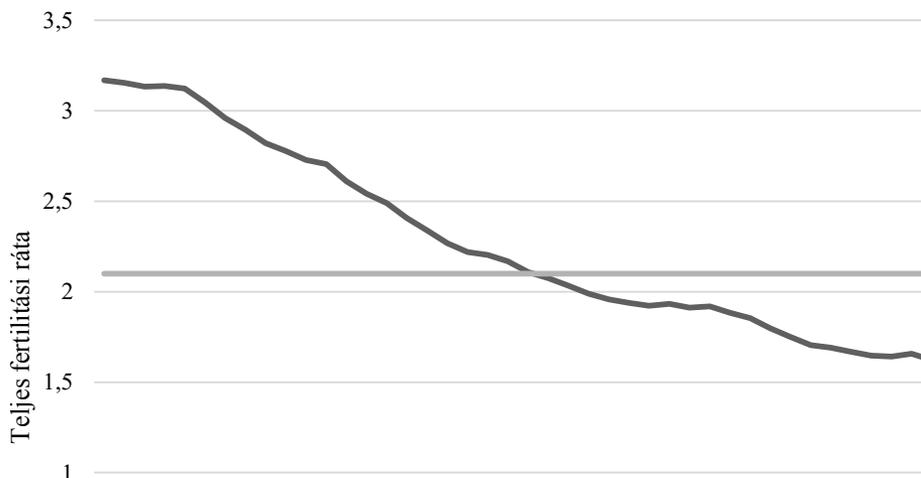
BEVEZETÉS

Az országok termékenységét jellemzően a Kuczynski által definiált teljes termelékenységi arányszám (angolul Total Fertility Rate, TFR) segítségével mérjük (KUCZYNSKI, 1932). Ez a mutatószám egy olyan hipotetikus érték, amely megmutatja, „hogy az adott év kor szerinti termékenységi viszonyainak tartós megmaradása esetén egy nő élete folyamán hány gyermeknek adna életet” (KAMARÁS, 2000).

A teljes fertilitási ráta tehát egy olyan mutató, amely képes rávilágítani egy ország demográfiai helyzetére. Ebből adódóan értékének alakulása nagy figyelmet kap nemcsak a demográfiában, hanem a politikában is. Különösen az alacsony morálisú, fejlett országok vezetői esetében fogalmazódnak meg a 2,1-nek megfelelő fertilitási ráta elérésére vonatkozó törekvések.

A társadalom elöregedése ugyanis komoly problémákat hordoz magával, mint például a különböző járulékkerhek és a nyugdíjkorhatár emelkedése, a munkaképes korú lakosság számának folyamatos csökkenése, melyek mind-mind hozzájárulnak az ország versenyképességének romlásához. Megismerése tehát kulcsfontosságú szereppel bír a jövőben szükséges intézkedések felismerésében.

A probléma aktualitását szintén tükrözi, hogy számos szakirodalmi mű foglalkozik demográfiai mutatószámok, különösképpen a teljes fertilitási ráta mikro-, mind makroszintű befolyásoló tényezőinek feltérképezésével. Ezek között szerepelnek olyan mikrotényezők mint a jövedelem (BECKER et al., 1990), a nők keresete (BUKODI – RÓBERT, 1999), iskolázottsága (SOBOTKA, 2004), illetve makrotényezők mint a családpolitikai intézkedések (DEL BOCA, 2002), melyek a kutatásomban is vizsgált tényezők.



1. ábra: A TFR mutatószám alakulása az OECD országokban 1960 és 2017 között

Forrás: Saját szerkesztés

A továbbiakban vizsgált OECD országok esetében a teljes fertilitási ráták átlagát tekintve elmondható, hogy 1982-től a reprodukciós szint alatt van, illetve 1998 óta nagyjából stagnál a mutatószám értéke (1. ábra). Számos publikációhoz hasonlóan, kutatásomban tehát arra szeretnék választ kapni, hogy mi okozza ezt a csökkenést, illetve, hogy a reprodukciós szint újra elérhető-e egy fejlett állam számára.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Az általam vizsgált függő, illetve független változók (1. táblázat) mindegyike az 1972 és 2008 közötti időintervallumot fed le 22 OECD országra (Ausztrália, Ausztria, Belgium, Dánia, Egyesült Királyság, Amerikai Egyesült Államok, Finnország, Franciaország, Görögország, Hollandia, Írország, Japán, Kanada, Luxemburg, Németország, Norvégia, Olaszország, Portugália, Spanyolország, Svájc, Svédország, Új-Zéland) vonatkozóan. A 22 OECD országot intézményi berendezkedésük szerint kategorizálom, így valamennyire kezelve a közöttük megfigyelhető

heterogenitást. A csoportosítás kiindulási alapja a „A jóléti kapitalizmus három világa” (ESPING-ANDERSEN, 1990) című mű, amely liberális, konzervatív és szociáldemokrata államokat különböztet meg egymástól. Mivel azonban a dél-európai országok egyértelműen nem sorolhatók a fent említett csoportok egyikébe sem, ezért ezek külön kategóriát fognak képezni. Ezek a következő országok: Görögország, Olaszország, Portugália, Spanyolország, melyeket leginkább 1980 és 1990 közötti periódus alatt fragmentált munkaerőpiac, alacsony mértékű juttatások és a családi támogatások jellemeztek (GAUTHIER, 2002).

1. táblázat: **A függő, illetve független változók összegző statisztikája**

Változó	N	Átlag	Minimum	Maximum	Standard hiba
TFR	814	1,744	1,160	3,874	0,350
családi pótlékok	814	1,283%	0,010%	3,744%	0,797
jövedelemkülönbség	814	16,837%	0%	40,670%	7,870
nők órabére	814	19,115\$	5,804\$	36,837\$	15,561
nők munkaerőpiaci részvétele	814	58,546%	28,800%	96,500%	12,684
oktatási egyenlőség	814	3,562	1,949	3,912	0,364
HDI	814	0,714	0,541	0,938	0,145
GDP*	814	9,943	7,169	11,398	0,787

* az egy főre jutó GDP természetes alapú logaritmus

Az alábbiakban az OECD országokra vonatkozó paneladatokon vizsgálom az szakirodalomban azonosított tényezők teljes termékenységi rátára gyakorolt hatását, és a reprodukciós szintű TFR elérésének reális voltát.

EREDMÉNYEK

A Weka 3.8.2-es verziójának Explorer grafikus felhasználói felületének segítségével klaszterikus lineáris modellezésen kívül, különböző adatbányászati módszerekkel is dolgozom.

Lineáris regresszió

A lineáris regresszió esetében három különböző módszerrel alkottam modellt: M5 (backward eljárás), Greedy (forward módszer), Attribute Selection (backward és forward együttese).

A HDI, a GDP és az oktatási egyenlőség között fellépő multikollinearitás kezelésének érdekében a lehetséges magyarázó változók két halmazát fogom használni a modellek felépítéséhez. A kettő közötti különbség az, hogy a többi független változón kívül az egyikben a GDP és az oktatási egyenlőség, míg a másikban a HDI szerepel.

A lineáris regressziók eredményei szerint (2. táblázat) a családi pótlékok az elvártan megfelelően, pozitívan hatnak a becsléni kívánt mutatóra. A jövedelemkülönbségnek pedig a beckeri elméletnek megfelelően negatív hatása van a függő változóra (BECKER, 1960). A nők munkaerőpiaci részvételhez és az oktatási egyenlőséghez pedig – a szakirodalomnak megfelelően – negatív értékeket rendelnek a modellek (BUKODI – RÓBERT, 1999).

A jóléti mutatókat tekintve könnyen megállapítható, hogy a GDP-t mindegyik modell közel azonos együtthatóval veszi figyelembe. Ez a pozitív hatás egybevág a szakirodalomnak megfelelő prociklikus kapcsolattal (SOBOTKA et al., 2011). Ezzel szemben a HDI mutató minden egyes esetben leválogatásra került, mely ellentmond az széles körben elfogadott álláspontnak, miszerint az magyarázza a fertilitási ráta alakulását (GOLDSTEIN – KLÜSENER, 2014; MYRSKYLÄ et al., 2009).

2. táblázat: Lineáris regressziós eredmények

Változó	M5 (1)	M5 (2)	Greedy (1)	Greedy (2)	BestFirst (1)	BestFirst (2)
családi pótlékok	0,092*** (0,014)	0,105*** (0,017)	0,092*** (0,016)	0,106*** (0,017)	0,092*** (0,015)	0,106*** (0,017)
jövedelemkülönbség	-0,012*** (0,002)	0,013*** (0,002)	-0,012*** (0,002)	0,013*** (0,002)	-0,012*** (0,002)	0,013*** (0,002)
nők órábére	0,001*** (0,000)	0,001** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,001** (0,000)	0,001*** (0,000)	0,001** (0,000)
nők munkaerőpiaci részvétele	-0,014*** (0,001)	0,014*** (0,001)	-0,014*** (0,001)	0,014*** (0,001)	-0,014*** (0,001)	0,014*** (0,001)
GDP	0,040*** (0,015)		0,040*** (0,015)		0,040*** (0,015)	
oktatási egyenlőség	-0,376*** (0,029)		-0,375*** (0,030)		-0,376*** (0,029)	
liberális országok			0,194*** (0,036)	0,103*** (0,040)		0,118*** (0,035)
konzervatív országok		0,103*** (0,040)	0,191*** (0,041)			0,221*** (0,040)
szociáldemokrata országok	0,273*** (0,030)	0,118*** (0,035)	0,466*** (0,045)	0,221*** (0,040)	0,273*** (0,030)	
dél-európai országok	-0,193*** (0,033)	0,200*** (0,038)		-0,097** (0,044)	-0,193*** (0,033)	0,318*** (0,047)
konstans	3,593*** (0,166)	2,714*** (0,071)	3,401*** (0,156)	2,611*** (0,071)	3,593*** (0,166)	2,832*** (0,084)
GDP	igen	nem	igen	nem	igen	nem
HDI	nem	igen	nem	igen	nem	igen
nemek egyenlősége az oktatásban	igen	nem	igen	nem	igen	nem
Megfigyelések száma	814	814	814	814	814	814
Korrigált R ²	0,386	0,266	0,385	0,266	0,386	0,266

*p < 0,10, **p < 0,05, ***p < 0,01.

A zárójelben a standard hibák szerepelnek, ahol a (0,000) érték a 0,00005-nél kisebb standard hibát jelent.

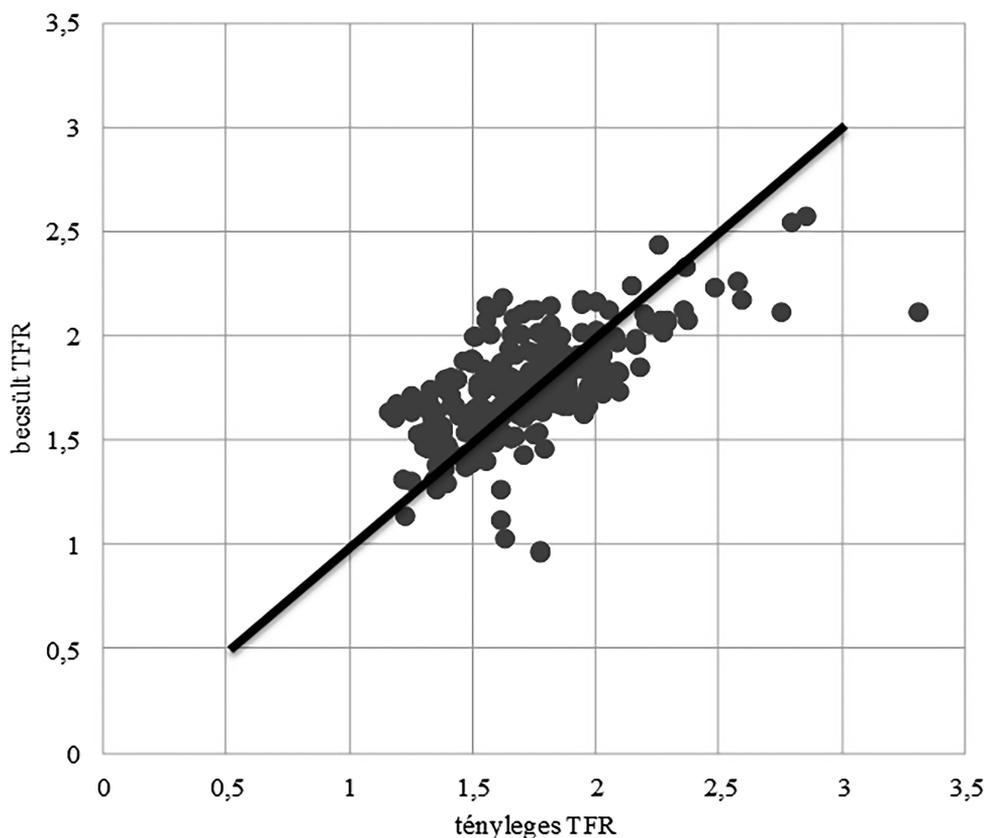
A fenti modellek mindegyike pooled regresszió.

Forrás: Saját szerkesztés

Az egyes jóléti rezsimekre vonatkozó az eredmények megfelelnek a szakirodalomban foglaltaknak (CSABA – TÓTH, 1999). A szociáldemokrata államok csoportjához köthető pozitív hatás megfelelően tükrözi ezen jóléti rezsimék egyenlősítő törekvéseit (ESPING-ANDERSEN, 1990). A dél-európai államok esetében az állami transferek munkavégzéshez, státuszhoz köthetőek, minimális szociális háló jellemző rájuk (TÓTH – CSABA, 1999). Mindez jól magyarázza a dél-európai csoport esetén megfigyelhető negatív előjeleket. A szakirodalomtól eltérően (GEDEON, 2011) a konzervatív és liberális országokat egybefogó magyarázó változók esetén pozitív előjel szerepel.

Az M5 módszerrel elért legjobb modell R² mutatója 0,3861 (2. ábra). Az általam felhasznált adatokból és a teljes fertilitási ráta változékonyságából adódóan azonban az így kapott lineáris

regresszió viszonylag nagy, 0,1835-as átlagos abszolút hibával becslül, míg a relatív négyzetes hibája 14,04 %.



2. ábra: A tényleges TFR és a becsült TFR közötti különbség (M5 módszer)

Forrás: Saját szerkesztés

Adatbányászati módszerek

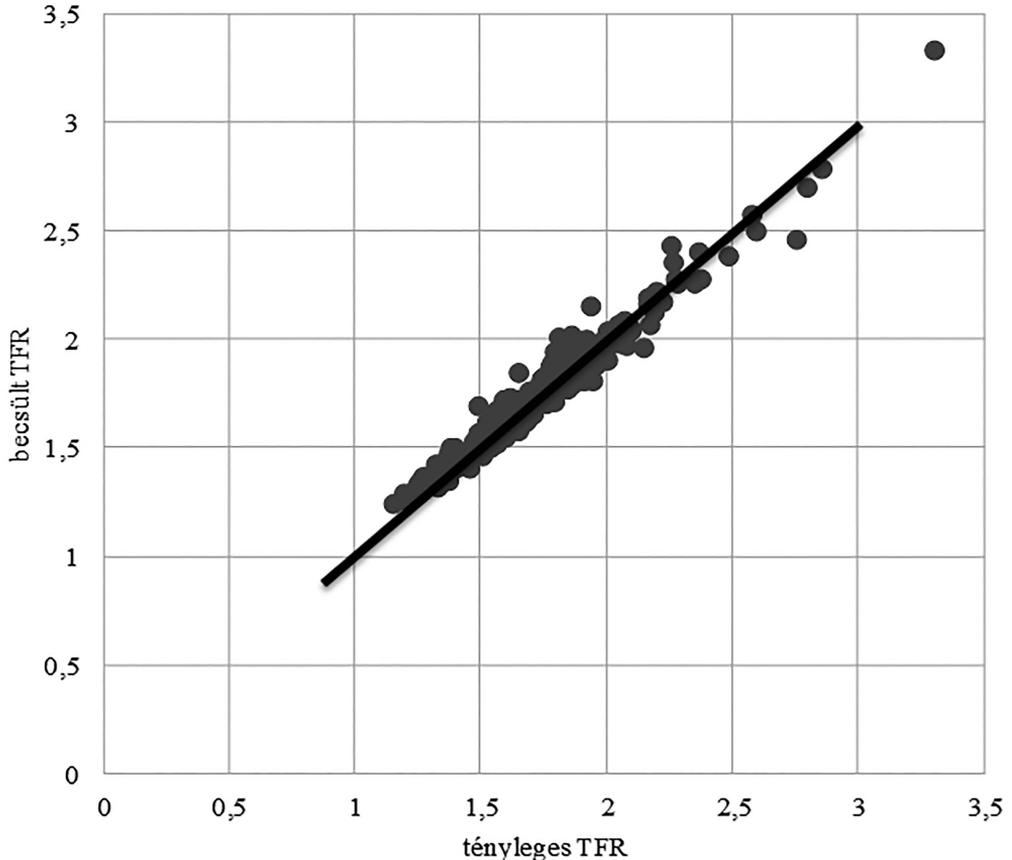
A továbbiakban ismertetett modellek mindegyikére igaz, hogy a legjobb lineáris modell által leválogatott magyarázó változók felhasználásával lettek megalkotva. Az adathalmazt úgynevezett tanuló és teszt halmazra osztottam fel 66-34 arányban. Kellően nagy adatállomány esetén ugyanis az adatbányászatban ez a klasszikus felosztás. Az 3. táblázatban az adatbányászati módszerekkel létrehozott modellek eredményei találhatók.

3. táblázat: A nemlineáris módszerek eredményei

Statisztikai mutatók	SVM regresszió	Döntési tábla	Döntési fa	Véletlen erdő
R^2	0,458	0,785	0,869	0,975
Átlagos abszolút hiba	0,165	0,092	0,071	0,049
Relatív négyzetes hiba	0,129	0,0803	0,062	0,038

Forrás: Saját szerkesztés

Összességében mindegyik modellről elmondható, hogy mindhárom mutatót tekintve jobb eredményt értek el, mint a lineáris regressziós modellek: az SVM regresszió kis mértékben, míg a fennmaradó három nagymértékben magyarázza a teljes termékenységi arányszámot. A legjobb eredményt a véletlen erdővel sikerült elérni, melynek R^2 -e elérte a 0,975-et, a relatív négyzetes hibája pedig 4% alatti (3. ábra). Ennek köszönhetően a további vizsgálataim során a lineáris regresszió mellett a véletlen erdő módszerével is dolgozni fogok.



3. ábra: A tényleges TFR és a becsült TFR közötti különbség (Random Forest)

Forrás: Saját szerkesztés

Reprodukciós szint megvalósíthatósága

A „jólléti” állam kutatásomban egy olyan fiktív ország, amelyről azt feltételezem, hogy teljes fertilitási rátája eléri a 2,1-et. Számszerűsített definíciója a szakirodalom, illetve a modellek alkotására felhasznált adatok segítségével kétféleképpen történik: elsőként az egyes magyarázó változók 2008-as maximum értékével (továbbiakban: ideális „jólléti” állam), majd az említett maximum értékek és a 2008-as átlagok számtani közepével (továbbiakban: átlagos „jólléti” állam) határozom meg. Mindkét adathalmazra igaz, hogy az egy főre jutó GDP értéke a szakirodalomból kiindulva 55 000 dollár (4. táblázat).

A csoportosító változók közül a szociáldemokrata, illetve a dél-európai bizonyult szignifikánsak a lineáris modelleknél. Ezért a fent leírt két esetet mindkét, előbb említett jóléti rezsim szerint megvizsgálom, így összesen 4 tesztet eredményezve. A 4 tesztet a legjobb lineáris

modellen (M5), és a legjobb egyéb modellen (véletlen erdő) is lefuttattam. A két modell esetén a legjobb eredmény az 5. táblázatban található.

4. táblázat: A „jóléti” állam paraméterei

Változó neve	ideális „jóléti” állam	átlagos „jóléti” állam	lépésköz **
családi pótlékok	3,0800%	2,225%	0,101
jövedelemkülönbég	35,924%	26,976%	1,123
nők órabére	26,957\$	21,271\$	1,241
nők munkaerőpiaci részvétele	96,500%	83,642%	0,989
GDP*	10,922	10,922	0,047
oktatási egyenlőség	3,912	3,762	0,050

* az egy főre jutó GDP természetes alapú logaritmus

** egy év alatti átlagos abszolút differencia

Forrás: Saját szerkesztés

5. táblázat: A legjobb „jóléti” állam variációk a két modell esetén

Modell típusa	Lineáris regresszió	Véletlen erdő
Kiindulási pont	átlagos „jóléti” állam	átlagos „jóléti” állam
Csoport	Szociáldemokrata	Szociáldemokrata
Prediktált TFR	1,589	1,835

Forrás: Saját szerkesztés

Az így kapott legjobb eredmény is több mint két és fél tizeddel marad el a reprodukciós szinttől. Ezek után azt vizsgálom, hogy a változók értékeinek van-e egy olyan együttállása, amely kis mértékben tér el a kiinduló pontban foglaltaktól, mégis jobban megközelítik 2,1-es TFR-t. A fentiek megvalósításhoz meghatároztam, hogy egy-egy változó esetén mekkora az egy év alatti átlagos abszolút differencia. Az így kapott értékeket használom fel lépésköznek (4. táblázat). A változók által alkotott sokdimenziós térben tesztesetekkel fedtem le a kiinduló pontok környezetét a következő módon:

- minden egyes dimenzióban hét növekvő értéket definiálok, melyek között a különbség egy lépésköz, ahol a középső érték a kiindulópont megfelelő értéke (4. táblázat). Például, a családi pótlék esetén a maximum értéket kiinduló pontnak véve: 2,777; 2,878; 2,979; 3,080; 3,181; 3,282; 3,383.
- Veszem mindkét jóléti állam esetén a dimenziónkénti érték heteseknek a Descartes-szorzatát.
- A két kiindulóponttal és mindkét jóléti rezsim vizsgálatával összesen 470 596 bemenetet generálok.
- A generált teszteseteket megvizsgálom mind a lineáris regresszió, mind a véletlen erdő segítségével.

A fent ismertetett módszerrel kapott eredmények a 6. táblázatban szerepelnek. A lineáris regressziós módszerrel 1,761-es TFR értéket sikerült elérni, míg a véletlen erdő esetében ennél magasabbat, 1,893-at. Az 5. táblázatban ismertetett eredményekhez képest elmondható, hogy a rácsponos leképezés módszerének köszönhetően sikerült a reprodukciós rátához közelebbi értékeket elérnem. Különösen a lineáris regresszió esetén szembevetendő a változás, mivel közel két tizedet nőtt a becsült TFR értéke.

6. táblázat: A lineáris regresszióval és a véletlen erdővel elért legjobb eredmények

Változó neve	átlagos, lineáris regresszió	átlagos, véletlen erdő
családi pótlékok	2,528%	1,922%
jövedelemkülönbség	23,607%	23,607%
nők órabére	24,994\$	21,271\$
nők munkaerőpiaci részvétele	80,675%	80,675%
GDP*	11,016	10,828
oktatási egyenlőség	3,762	3,762
jóléti rezsím típusa	szociáldemokrata	szociáldemokrata
TFR	1,761	1,893

* az egy főre jutó GDP természetes alapú logaritmus

Forrás: Saját szerkesztés

A felhasznált adatokkal és módszerekkel kapott eredmények alátámasztják azt a tényt, miszerint a reprodukcióhoz szükséges 2,1-es fertilitási ráta elérése nagy kihívást jelent az OECD országok számára. Annak ellenére, hogy nem sikerült a kívánt értéket elérni, fontos megemlíteni, hogy a felhasznált módszerek eredményre vezetőek voltak annak minél jobban történő megközelítésére.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A megismert, magas megbízhatósági szinten működő adatbányászati módszerek segítségével érdemes lenne az idősorban rejlő tulajdonságokat jobban kihasználni, tágabb periódussal, illetve több OECD ország adataival dolgozni. Továbbá célszerű lenne az adatokat egy évvel elcsúsztatni, hiszen a tárgyévi gazdasági mutatók teljes fertilitási rátára gyakorolt hatása az öt követő évben jelentkezik.

Vizsgálataim alapján a teljes fertilitási ráta értékének pozitív irányba történő elmozdulását leginkább a családi pótlékok segítik elő. A jóléti államoknak tehát érdemes lenne ilyen és ehhez hasonló állami transzferek révén támogatni a családalapítást.

A reprodukciós szintet legjobban a véletlen erdő módszerével sikerült megközelíteni, a legjobb eredmény 1,893 volt. Mindezek alapján elmondható, hogy a jóléti országok számára a rövidtávon elérhető cél a kívánt érték minél jobban történő megközelítésére való törekvés.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BECKER G. S. (1960): An Economic Analysis of Fertility. pp. 209-240. In: Demographic and Economic Change in Developed Countries. (eds. Universities-National Bureau). Columbia University Press, New York, 547 p. (2) BECKER S. G. – MURPHY K. – TAMURA R. (1990): Human Capital, Fertility, and Economic Growth. Journal of Political Economy. Volume 98. Issue 5. October, pp. 12-13. (3) BUKODI E. – RÓBERT P. (1999): Statisztikai elemzések a nők munkaerő-piaci részvétele és a gyermekvállalás. Statisztikai Szemle. 77. évf. 4. sz. pp. 201–224. (4) DEL BOCA D. (2002): The effect of child care and part time opportunities on participation and fertility decisions in Italy. Journal of Population Economics. Volume 15. Issue 3. August, pp. 549-573. (5) ESPING-ANDERSEN, G. (1990): The Three Words of Welfare Capitalism. Princeton University Press, New Jersey, 248 p. (6) GAUTHIER A. H. (2002): Family Policies in industrialized countries: Is there convergence? Population, Vol. 57. No. 3, pp. 447–474. (7) GEDEON P. (2011): Rivális elméletek a jóléti államról. Politikatudományi Szemle. 20. évf. 2. sz. pp. 7-30. (8) GOLDSTEIN J. R. – KLÜSENER S. (2014): Spatial Analysis of the Causes of Fertility Decline in Prussia. Volume 40. Issue 3. September, pp. 497-525. (9) KAMARÁS F. (2000): Termékenység, népesség-reprodukció pp. 409-432. In: Társadalmi riport 2000. (Szerk. Kolosi T. – Tóth I. Gy. – Vukovich Gy.). Társki, Budapest, 640 p. (10) KUCZYNSKI R. R. (1932): Fertility and Reproduction;

methods of measuring the balance of births and deaths. Falcon Press, New York, 94 p. (11) MYRSKYLÄ M. – KOHLER H. P. – BILLARI F. C. (2009): Advances in development reverse fertility declines. Nature. Vol. 460. No. 7256. August, pp. 741–743. (12) SOBOTKA T. (2004): Is Lowest-Low Fertility in Europe Explained by the Postponement of Childbearing? Population and Development Review. Vol. 30. No. 2. June, pp. 195–220. (13) SOBOTKA T. – SKIRBEKK V. – PHILPOV D. (2011): Economic Recession and Fertility in the Developed World. Population and Development Review. Volume 37. Issue 2. June, pp. 267–306. (14) TÓTH I. GY. – CSABA I. (1999): A jóléti állam politikai gazdaságtana. Osiris Kiadó, Budapest, 378 p.

SZERZŐ:

Bakos Imola

Gazdaságinformatikus MSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Informatikai Kar
bakosimola@mailbox.unideb.hu

A publikáció a 2020.05.06-án megrendezett DE GTK Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott pályamunka egy részének kivonata.

A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú

„Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban c. projekt támogatásával valósult meg.

AZ INFLUENCER MARKETING MEGÍTÉLÉSÉNEK VIZSGÁLATA NETNOGRÁFIÁVAL A Z-GENERÁCIÓ KÖRÉBEN

USING NETNOGRAPHY TO RESEARCH THE ATTITUDE OF GENERATION Z REGARDING INFLUENCER MARKETING

Balogh Balázs

ÖSSZEFOGLALÁS

Általános tendenciaként elmondható, hogy a különböző generációk megítélésében az adott korszak sajátosságai, valamint a globalizáció hatásának következtében jelentős eltérések figyelhetők meg. Ez napjaink egyik talán legmegosztóbb marketing stratégiáját, az influencer marketinget illetően sincs másképp. A véleményvezérek a digitális forradalom és a közösségi média hétköznapi életünkbe való integrációjának következtében jelentek meg, számuk pedig azóta is növekszik. Mára már a szóhasználatunkban is annyira elterjedt, hogy a fiataloktól kezdve egészen a korban előrehaladottabbakig mindenki találkozik a kifejezéssel legalább egyszer. De vajon milyen asszociációkat kelt ez az egyes generációk, kifejezetten a témában leginkább érdekelt Z-generáció tagjaiban? Többek között ezt a kérdéskört hivatott megvizsgálni és megválaszolni ezen tanulmány a netnográfianak nevezett kvalitatív kutatási módszer segítségével. A netnográfia kifejezetten az online közösségek zavartalan kommunikációinak vizsgálatát teszi lehetővé, mely hozzáillik a téma jellegéhez. Kiemelkedő jelentőséggel bírhat ugyanis, hogy megértsük miért vannak ilyen különböző véleménnyel az eltérő életkorban élők, hiszen ez segítséget nyújthat azon vállalatoknak, akik épp egy hiteles reklámkampány megtervezésénél boncolgatják a stratégia hatékonyságát, vagy akár azoknak, akik maguk indulnának el a személyes márkaépítés rögzös útján. Fontos megjegyezni, hogy a tanulmány egy nagyobb, közösségi média marketinget érintő kutatási folyamat első, kezdeti fázisa.

Kulcsszavak: influencer marketing, z-generáció, attitűd, marketing stratégia

ABSTRACT

It is a general tendency, that there are several significant differences between the judgement of generations owing to the nature of the given era and to globalisation. That is also the case with the so-called 'influencer marketing', which became one of the most divisive marketing strategies. As a consequence of digital revolution and the integration of social media into our everyday life, the number of these influencers has risen, and it continues to grow day-by-day. Furthermore, the phrase is so well-known in our word-hoard nowadays, that everybody, from the youth to the older generations, has heard it at least once in use. But what sorts of associations are created about influencer marketing by different generations, especially by Gen Z, which is the most interested in this topic? The aim of this study is to examine the whole phenomenon and find the most adequate answer for this question using the so-called netnography. The netnography is a qualitative research method, which provides opportunity to analyse the undisturbed communication of online communities. It is essential to understand the huge diversity of opinions regarding influencer marketing because it can be helpful for those companies, that are thinking about the effectiveness of this strategy for an authentic advertising campaign, or even for individuals, who are considering building an own personal brand. This study is the first, initial phase of a broader research about social media marketing.

Keywords: influencer marketing, generation z, attitude, marketing strategy

BEVEZETÉS

Ahogy a világunk működése egyre gyorsabbá válik, úgy a benne élő különböző generációk értékszemlélete, valamint preferenciái közötti eltérés is egyre nagyobbak bizonyul. A gondolkodásmód általában az adott kor sajátosságait hordozza magában, mely minden csoport esetében más és más. A generációelméletekkel foglalkozó kutatások két, egymástól eltérő módon definiálták a generációk fogalmát. Ha a biológiai olvasatot vesszük figyelembe, akkor a generációk alatt alapvetően a szülők és a gyermekeik születése közötti időszakot értjük, mely körülbelül 20-25 évet foglal magába. Ez esetben sokkal inkább „nemzedékekről” van szó. Másrészt létezik a szónak egy szociológiai meghatározása is, mely szerint a generációk a különböző korszakok egymástól eltérő életvitelének megfelelően alakulnak ki, a hozzá tartozó személyiséget, mondhatni korszellemet pedig az időszakot jellemző technológiai fejlettség, illetve „trendek” határozzák meg (KOMÁR, 2017). A generációk közötti különbség formálásához a globalizáció ugyanúgy hozzájárult.

Mivel a kutatás célja elsősorban, hogy feltárjuk a Z-generáció megítélésének különbségét az influencer marketinget illetően, ezért innentől kezdve a fogalom szociológiai értelmezését tekintem mérvadónak. Az erre a generációra való specializálódás arra vezethető vissza, hogy nem minden generáció van tisztában (az eltérő technológiai és informatikai kompetencia miatt) az újkeletűnek nevezhető véleményvezérekkel történő hirdetési mechanizmus jellemzőivel, valamint a használt kutatási módszerek jellege miatt eleve nehéz beazonosítani az alanyok generációs „hovatarozását”, így jelenleg kizárólag a Z-generációra fókuszálok. Ezen generáció tagjai már mondhatni a digitális világba születtek bele, és noha viszonylag fiatalok, a közösségekről, a trendekről és az új ideálokról alkotott képük elválaszthatatlanná vált a legújabb technikai eszközöktől, legyen az okostelefon, tablet vagy személyi számítógép. Ez a fokozott technológiai jelenlét számottevő hatást gyakorol életvitelükre is, mivel elsődleges szociális színterükké a különböző közösségi média platformok váltak. Ennek következtében a társaikról kialakult képet is nagymértékben befolyásolják a különböző oldalakon látottak. Ezenfelül a generáció tagjainak vállalkozószelleme, illetve tudásszomja is nagyobb, mint ahogy az eddigi generációknál megfigyelhető.

De hogy kik is ezek az influencerek és mi vezetett végül ezen hirdetési módszer kialakulásához? A XXI. századra a digitális forradalom okozta fejlődés elért oda, hogy közvetve vagy közvetlenül szinte minden ágazatot képes formálni, mely alól természetesen a folyamatosan újuló marketing sem kivétel. Nem csak az új technikai eszközök arzenálja, de maga a felfogás is beleintegrálódott a szakma által széleskörűen felvonultatott módszerekbe, melyek az eddiginél hatékonyabb, specifikus elérést tudnak nyújtani alkalmazóinak (VASSILEVA, 2017). Ha alaposan meg akarjuk nézni, hogy honnan indult napjaink talán egyik legmegosztóbb internetes jelensége, a 2000-es évek elején lezajló gazdasági világválságot érdemes megemlíteni. Ebben az időben ugyanis, mint minden más iparágban, a marketing sem számított virágzóknak, sőt, a rá fordított költségvetés szintje drasztikusan alacsony volt. A helyzet súlyosságát szemlélteti, hogy még a legtapasztaltabb PR és marketinges szakemberek is hamar munkanélkülivé válhattak. Ebben a szeszélyes időszakban kezdte bontogatni szárnyait az internet, melyen egyrészt akármelyik üzlet, illetve cég képviselthette magát, másrészt pedig rendkívül alacsony költségeket hordozott akkoriban magában. Eme kibertér pedig akkora potenciált rejtett, melynek következtében teljesen átalakult az adott termék vagy szolgáltatás fogyasztókhöz való eljuttatásának módja (BROWN – HAYES, 2008). A problémát pusztán az jelentette, hogy attól, hogy valami megtalálható az internet hatalmas adatbázisában, még nem biztos, hogy a konkrét célközönség meg is találja azt. Így a cégek hamar szembe kerültek egy mai napig égető kérdéssel: Miként lehet minél kevesebb anyagi ráfordítással minél nagyobb 'engagement'-et, vagyis elérést produkálni?

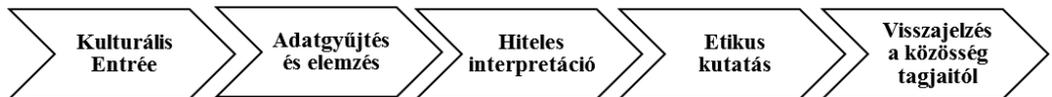
A reklámszakmában már viszonylag régebb óta felfedezték, hogy egy, a közösség által nagyra tartott személy, híresség képes a fogyasztókat vásárlásra készíteni pusztán azzal, hogy azonos felületen jelenik meg az adott termékkel vagy szolgáltatással. Noha kevesen tudják, de a hagyományos „véleményvezér” kifejezés már jóval a digitális világ kialakulása előtt is ismert volt. Nagyjából az 1760-as évek idején egy korabeli porceláncég (Wedgwood) alapítója, Josiah Wedgwood arra az elhatározásra jutott, különböző embereket fog alkalmazni a cég ismertetésére. Erre a feladatra pedig nem más, mint a brit királyi család tagjait szemelte ki, akik miután népszerűsítették termékeit, hatalmas „márkaismertséget” szereztek Wedgwood-nak (BAUER, 2016). Noha azóta a világ a legszerényebb szavakkal élve is rengeteget fejlődött, az alapkonceptió továbbra is ugyanaz maradt. Ennek úgynevezett „klasszikusabb” fajtáját ’celebrity product endorsement’-nek nevezzük. Fontos azonban kiemelni, hogy habár az előbb említett reklámstratégia rendkívül hasonló az általunk vizsgált influencer marketinghez, mégse tekinthető ugyanannak a kettő. A ’celebrity product endorsement’ ugyanis napjainkra már sokkal kiforrottabb és kifinomultabb módszer az adott termék értékesítésére. Ebben az esetben a márkával vagy a termékkel „azonosuló” híresség egy olyan egyént jelent, aki az emberek által széles körben ismert a saját teljesítménye miatt. Tehát ide soroljuk a híres színészeket, sportolókat, előadókat stb. (FRIEDMAN – FRIEDMAN, 1978). Napjaink egyik ilyen kiemelendő kooperációja Tiger Woods világhírű golfozó nevéhez fűződik, aki egy rendkívül effektív reklámstratégiában vett részt a Nike szárnyai alatt. A sikere abban rejlett, hogy a Nike magát a ’celebrity product endorsement’-et használta az egyik legfőbb kommunikációs csatornájának, ezzel egy erősen fókuszált fogyasztói réteget megcélozva, melynek következtében Tiger Woods személye erős márkaasszociációkat keltett az emberekben (MUKHERJEE, 2009). Ezzel szemben a közösségi média világában tevékenykedő, magukat influencernek nevező közéleti személyek megjelenése csupán az internet világának fejlődésével párhuzamosan kezdődött meg. Mára már ezeket a márka nagyköveteket elsősorban a digitális világból választják, attól függően, mennyire egyezik az adott egyén interneten kialakított képe a márka értékeivel. Ahogy a közösségi médiában megtalálható különböző platformok is egyre gyorsabban fejlődnek, illetve bővülnek, úgy a vállalatok is folyamatosan igyekeznek ezeket beépíteni saját üzleti modelljük kommunikációs csatornáiba. Ebben nyújtanak igazán nagy segítséget az influencers. A megnevezés maga az angol ’influence’ („befolyás”) szóból származik, jelentése pedig egy olyan nagy internetes ismertséggel rendelkező egyént takar, aki képes a közösségének véleményét egy adott jelenségről, termékről vagy szolgáltatásról pusztán a cselekedeteivel és személyiségével befolyásolni. Ezáltal képes egyfajta multiplikátorként szolgálni a márkák számára és a különféle kommunikációs felületek (elsősorban a közösségi média) tudatos felhasználásával növelni azok ismertségét (JAHNKE, 2018). Az influencers tehát hatalmas követőbázissal rendelkező internetes személyiségek, akik valamilyen ellenszolgáltatásért cserébe felhasználják befolyásukat, hogy az adott márka terméket vagy szolgáltatását népszerűsítsék követőiknek. Napjainkban ezért sokan tudatosan úgy kezdenek bele személyes márkájuk építésébe, hogy abban később az esetleges partnerecégek semmilyen kivéttnivalót ne találjanak. Ez a neutrális jelenlét azonban nem csak pozitív, de negatív konzekvenciát is hordozhat magában. Mint minden területen, az influencer „szakmának” is megvannak a maga kontárjai, akiknek kétes jelenléte képes megbélyegezni az egész közösséget, ezzel alapot adva az embereknek az általánosításra. Az általánosításra, mely a legtöbb emberben a szóról egy úgynevezett „két lábon járó reklámfelület” asszociációját kelti. Természetesen létezik ez a kategória is, főleg ha a véleményvezérek alsóbb rétegeit nézzük, azonban kétségkívül szükséges az adott témát nagyobb fókusztaóvolságból szemlélnünk, hogy helytálló következtetéseket vonjunk le.

A generációk közötti szakadék egyre növekvő nagyságának, valamint az életkorbeli különbségek miatt ennek ellenére nem létezik egy azonos, társadalmilag elfogadott kép ezekről a személyekről. Ahogy az a fentiekben is említésre került, az internet megjelenésével a generációk is egyre inkább azonosultak ezen világ jelenségeivel, tendenciáival. Ezekről alkotott véleményük

azonban erős ellentéteket képez. Ennek egyik lehetséges oka lehet az is, hogy a technológiai változás következtében az információáramlás nagymértékben felgyorsult. De vajon mennyiben képesek az emberek (fókuszban a Z-generáció tagjaival) ezeket a tényeket olyan szinten feldolgozni, hogy azokból a valóságot tükröző véleményét tudjanak formálni?

ANYAG ÉS MÓDSZER

A szakirodalom tüzetes áttekintése után arra törekedtem a kutatási tevékenység módszerének kiválasztásánál, hogy az a legnagyobb mértékben illeszkedjen a vizsgált téma atmoszférájához, illetve, hogy megfelelő mennyiségű és minőségű minta álljon rendelkezésemre a különböző csoportoktól. Választásom a kvalitatív kutatási módszerek között kiemelkedő netnográfia esett. A netnográfia olyan egyszerű és hatékony marketingkutatói módszert rejt magában, amely az online közösségek kultúrájának megismerését teszi lehetővé az etnográfia kutatási technikáinak felhasználásával. Ehhez segítségül a különböző, internetes világban fellelhető és személyközi interakcióra alkalmas felületeket vesz, amelyeken található adatok felhasználásával képes azonosítani és megérteni az online fogyasztói csoportok gondolkodásmódját és döntési mechanizmusait (KOZINETS, 2002; DÖRNYEI – MITEV; 2010). A kutatás folyamatát, valamint azok lépéseit címszavakban az *1. ábra* mutatja be.



1. ábra: **A netnográfiai kutatás folyamatábrája**

Forrás: Több szerző (KOZINETS, 2002; DÖRNYEI – MITEV, 2010) nyomán saját szerkesztés

A netnográfia alapvetően hét digitális interakció megfigyelésére alkalmas forrástípust különböztet meg. Ide tartoznak többek között az azonnali üzenetküldők, e-mail listák, blogok, fórumok, keresőmotorok, közösségi oldalak és még a chatelési lehetőséget biztosító online játékelőterek is. A részvétel szintje erősen összefügg a választott közösségi felülettel. Részvétel szerint három, egymástól eltérő típus figyelhető meg: a „Megfigyelő”, a „Résztevő-megfigyelő” szerep, valamint az „Autonetnográfia”. A megfigyelő szerep esetében a kutatást végző egyén csak külső szemlélője az interakcióknak, míg a részttevő-megfigyelő szerepnél a kutató is aktívan részt vesz a közösségen belül folytatott kommunikációban. Az autonetnográfia pedig annyiban különbözik, hogy ott a kutató a saját tapasztalatait, véleményét, fejlődését vizsgálja, illetve ezeket meg is örökíti valamilyen általa vezetett napló vagy blog formájában. (GÁL et al.; 2017).

A módszer kiválasztása után elsősorban három kérdésre szerettem volna megfelelő választ kapni az internetes közegekben fellelhető nyilvános kommunikáció vizsgálata nyomán.

K1: Szitokszóvá vált-e napjainkra az „influencer” szó Magyarországon?

K2: Mennyire látnak karrierlehetőséget ebben a Z-generáció tagjai?

K3: Milyen mértékben differenciált az egyének véleménye a véleményvezéreket illetően?

A kutatás első általam végzett lépése a kulcsszavak keresőmotoros vizsgálata volt. A kutatási folyamatot ezt követően további két fázisra bontottam attól függően, hogy melyik kutatói szerepet töltöttem be a netnográfia módszertana szerint. Az első fázisban a „Megfigyelő” szerepet vettem fel, ahol a különböző online tartalmak kommentszekciójában megtalálható adatokat vizsgáltam, a második fázisban pedig a „Résztevő – megfigyelő” szerep segítségével derítettem fényt egy Instagram közösség interakcióira az influencer témaköréről. Az első fázisban az általános megítélést szerettem volna megfigyelni, melynél alapvetően nem derült ki, hogy az adott hozzászólást melyik generáció tagja adta, így azok alapján csak általános, életkor szempontjából nem konkretizált következtetéseket sikerült levonnom.

EREDMÉNYEK

A források kiválasztásánál és az adatok elemzésénél az általam megfogalmazott három kérdést tartottam szem előtt. A módszertanban ismertetett lépések nyomán szükséges volt kiválasztani azokat a forrástípusokat, melyek legnagyobb mértékben tükrözik a Z-generáció platformhasználatára vonatkozó preferenciáit. A hét online forrástípus közül a kutatási folyamatban elsősorban kettőre helyeztem a hangsúlyt. Ezek a keresőmotorok, valamint a közösségi oldalak voltak, mivel a fiatalabb generációk jelenléte itt a legmeghatározóbb, illetve társalgásaik is nagymértékben folynak itt. A közösségi oldalak kiválasztásánál szem előtt kellett tartanom, hogy a generációk eltérő mértékben vannak jelen a különböző közösségi platformokon. Ehhez alapul egy, a 'The Manifest' által 2019-ben létrejött kutatás eredményeit vettem, mely pontosan ezeket a platformokat mutatja be a Z-Generációra vonatkozóan. A 'The Manifest' eredményeit az 1. táblázat szemlélteti.

1. táblázat: **A Z-generáció közösségi médiában való jelenléte platformonként megosztva**

Platform	Z-Generáció (a megkérdezettek általi jelenlét megoszlása %-ban)
YouTube	89%
Instagram	74%
Facebook	36%

Forrás: TheManifest (2019) felmérése alapján

Elsőként fontos leszögezni, hogy a kutatás az Egyesült Államokból származik, így egyes platformoknál eltérés figyelhető meg. Ilyen például a Facebook, melynél elmondható, hogy a magyar internetezők nagyobb része aktív jelenlétet biztosít az oldalon, mint az az Egyesült Államokban jellemző. Egy, az NMHH (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság) által végzett kutatás alapján a magyar internetezők 89%-a használja heti rendszerességgel a Facebook-ot, azonban az eredményben egybevetették az összes 16 éven felüli egyént, így pontos adatunk egyelőre nincs a Z-Generáció Facebook-os szokásait illetően, azonban kijelenthető, hogy Magyarországon az arány nagyobb az 1. táblázatban szereplő 36%-nál (LÉVAI, 2019). Ennek következtében kutatásomat leginkább a YouTube-on, a Facebook-on, illetve az Instagram-on megtalálható interakciók határozták meg.

A netnográfia második fontos lépése, hogy meghatározzuk azokat a kulcsszavakat, melyek nyomán keresést folytatunk az előbb kiválasztott internetes oldalakon. Ezek kiválasztásánál fontos figyelembe venni a magyar és angol nyelv keveredéséből adódó komplikációkat is. A kulcsszavakat elsőkörben a Google Chrome keresőmotorjába vittem be, melyek után a következő, 2. táblázatban szereplő eredményeket kaptam.

Ami először szembetűnik a táblázat számszerűsített adatainak figyelembe vételekor, hogy Magyarországon is inkább az „influencer” szó van használatban, mint a magyarosított „influenSZer” változata. Ennek alapján azonban konkretizálni tudjuk a kifejezetten magyar nyelven íródott tartalmakat, valamint keresési eredményeket. Az eredmények vizsgálatakor megfigyelhető, hogy noha világszerte óriási mennyiségű adat található meg az interneten ezen marketingstratégiáról, hazánkban is egyre többen érdeklődnek a tendencia iránt. A legtöbb találatot (7 380 000 db) eredményezett „magyar influencerek” kulcsszó pedig magasan kiemelkedik. Ezen szavakra adott eredmények nagy része toplistákat, cikkeket, illetve híreket tartalmaz, melyekben a hazai „iparág” nagyjait és úttörőit is megemlíti. Rendkívül nagy hangsúly van a különböző véleményvezérek kategorizálásán, melynek következtében ezek a rangsorok jó alapot biztosítanak a cégeknek a megfelelő márkacsoport kiválasztására. A második helyen nem meglepő módon az „influencer árak” van (2 800 000 db), ami arra enged következtetni, hogy sok vállalat

mostanra ráébredt ezen módszer előnyeire, valamint elkezdtek tájékozódni a díjakról, költségekről, melyek a későbbi kampányok megtervezésekor döntő szerepet játszanak. Több, mint valószínű, hogy egyes vállalatok marketing költségvetésébe elkülönített rész van kifejezetten a véleményvezérekkel való szponzorációk finanszírozására is. Kiemelendő még, hogy napjainkra léteznek ügynökségek is az influencers koordinálására, összeköttetésére a márkákkal. Ezenkívül szembeötlő, hogy a legtöbb ezekkel foglalkozó találat elsősorban a vállalatoknak szól. Fontos ugyanis, hogy megismertessék a stratégia előnyeit a cégekkel, majd esetleg a B2B szektorban konkrét lehetőségeket is hirdessenek nekik. Lényegében ezzel foglalkoznak az előbb említett ügynökségek is. Ez a rengeteg céget megcélzó tartalom pedig a kutatás első komolyabb eredményére világít rá: az egyének egy részének megítélése szerint komoly üzleti potenciál rejlik az influencer marketingben, ami csak arra vár Magyarországon, hogy kiaknázzák. Ugyanis van is igény a módszer előnyeit és hátrányait ismertető tudásra, amit a magas találati számok is bizonyítanak.

2. táblázat: **A keresőmotor találati eredményeinek rangsora**

Rangsor	Kulcsszó	Találatok száma <i>(bizonyos esetekben a szó angol megfelelője esetében eredményezett találatokkal párhuzamban)</i>
1.	magyar influencers	7 380 000
2.	influencer árak	2 800 000
3.	influencer reklám	1 150 000
4.	influenster	123 000 (167 000 000)
5.	influencer állás	93 700 (104 000 000)
6.	influencer kampány	23 800
7.	influencer jelentése	22 000
8.	influencer ügynökség	17 800
9.	influenster marketing	10 700 (140 000 000)

Forrás: Saját kutatási eredmények (2020)

A kutatás második lépésében elkezdtem a különböző közösségi oldalakon található kommunikációt megfigyelni. A keresést leszűkítettem és igyekeztem csak a legrelevánsabb interakciókat figyelembe venni.

Elsőkörben a Z-generáció által viszonylag preferált közösségi platformokon (YouTube, Facebook), leginkább azon nagy követőszámmal rendelkező internetes személyek véleményvezérekkel kapcsolatos tartalmai alatt található hozzászólásokat néztem meg. Fontos megjegyezni, hogy a YouTube felületén azon vizuális tartalmakat vizsgáltam meg, ahol a címben megtalálható volt az „influencer” vagy akár a „véleményvezér” kifejezés. Ezenkívül az is kiemelendő, hogy az értékelhető és releváns interakciók szempontjából bizonyos esetekben a nagy követőszámmal rendelkező, saját véleményét kifejtő profilok adták a YouTube-os netnográfia alapját. Némely esetben pedig az objektív és informatív videók kommentszekcióját is figyelembe vettem. A kutatás szempontjából fontos, hogy javarészt ezeken a platformokon lépnek leginkább interakcióba az egyének, mely az adatszerzés és mintavétel hitelessége szempontjából előnyösebb. Tisztán látszik, hogy napjainkban a véleménykifejezés elsődleges színterévé a közösségi média vált. Egészen meglepő, hogy a különböző közösségek interakciói élesen bírálják a szakma résztvevőit, míg mellette állókat eleinte nem, később is csak elvetve találtam. Egyesek röviden, néha humoros formában fogalmazzák meg véleményüket:

- „Röviden: vélemény nélküli véleményvezér” („Mit jelent az influenszer?” – youtube.com – 2019)
- „Én: mit dolgozol?
Valaki: Influenszer vagyok
Én: Oh tényleg én se értek semmihez” („The Mészi – INFLUENSZER” – youtube.com – 2020. június)

Mások ezzel szemben hosszán és tüzetesen taglalják ezen stratégia hátrányait a magyar viszonylatban:

- „Míg az utóbbi az említett tucatinfluenszereknél jól megfigyelhetően csak azt jelenti, hogy "haladni kell a korral" és minden létező trendet le kell másolni, bármilyen mondanivaló és tartalom nélkül. Hiszen ha valakinek egyénisége és véleménye van, az mindenképp csak egy irigy, ítélkező, megkeseredett, büdöslábú senki lehet, akit kalapokba kell rakni, el kell nyomni.” („Az INFLUENSZER felelőssége” – youtube.com – 2020. július)

A kommentszekciókban megjelennek az egyéb internetes tartalomgyártók is, akik magukat el akarják különíteni az influencerektől, pontosan a róluk kialakult rossz társadalmi kép miatt:

- „[Név] mondta egy videójában, hogy „van az influenszer meg a creator”. Az előbbi abból él meg, hogy híres, az utóbbi meg az előállított tartalmából él meg.” („Hogyan légy MILLIOMOS INFLUENCER?! S03E29” – youtube.com – 2019)
- „Borzasztóan zavaró, hogy mivel ma már mindenki influenszer, ezért aki nem az, de van pár ezer követője is annak „csúfolják” [...] imádom fotózni és ezeket töltöm fel instagramra. Napi szinten megkapom a barátaimtól gúnyosan, hogy influenszer” („Hogyan légy MILLIOMOS INFLUENCER?! S03E39” – youtube.com – 2019)
- „Az influencer kifejezést annyira bemocskolták azok az elvtelen nárcisztikus emberek, akik annak titulálják magukat, hogy inkább a szó maga is sértés lett.” (instagram.com – 2020. augusztus 9.)

Igazán érdekesnek mondható az is, hogy a nagy többség már nem igazán hisz, vagy bizik az influencerekben és sokkal inkább azokra hallgatnak, akiken látják, hogy nem a pénz motiválja őket.

- „Bár nem tartod magad influencernek ugyan, de azt azért el kell mondanom, hogy te vagy az egyetlen videós aki sokkal, de sokkal többet "influenszelt" engem (már ha van ilyen szó :D), mint bárki aki 72-es betűmérettel hirdeti, hogy ő influencer.” („INFLUENCEREK...” – youtube.com – 2019)
- „Te vagy az egyik leghitelesebb magyar youtuber. Imádlak, hogy nem adtad el magad.” („INFLUENCEREK...” – youtube.com – 2019)

A kommentszekciókat vizsgálva tisztán látszott, hogy ezen hozzáállás elsősorban a korban előrehaladottabbakra jellemző, mivel nagyrészt ők voltak azok, akik nagy aktivitást tanúsítottak, valamint fontosnak tartották saját véleményük kifejezését is a témával kapcsolatban.

Ahhoz azonban, hogy kifejezetten a Z-generáció influencerekről alkotott véleményéről kapjunk átfogó képet, létfontosságúvá vált, hogy az online közösségek fiatalabb résztvevőit két egyszerű kérdés megválaszolására kérjem, ezáltal felvéve a netnográfiaiban „résztvevő-megfigyelőnek” nevezett szerepet. Ennek egyik oka, hogy az általam eddig vizsgált források nem tükrözték valóságghűen a fiatalabb korosztály véleményét, preferenciáit. A kérdéseket egy általam jól ismert, többnyire fiatalabbakból álló (13-21 év közötti) közösségnek tettem fel az egyik legnépszerűbb közösségi platformon, amely az Instagram. A két kérdés a következő volt:

- Ti mit gondoltok magukról az influencerekről (elsősorban a magyarokról), valamint a jelenségről?
- Lennél te is influencer / véleményvezér?

A két kérdés 3498 emberhez ért el 24 óra alatt, melyek közül az első kérdésre több mint 45 tartalmilag releváns és értelmezhető hozzászólás, a második kérdésre pedig összesen 340 válasz

érkezett. A hozzászólásokból kiderül, hogy a fiatalabb tagja a Z-generációnak már sokkal pozitívabban állnak hozzá magához a jelenséghez, azonban szinte mindenkinek van kivetni valója az ilyen pozíciót betöltő magyar személyekkel. Sokan inkább a külföldieket tekintik követendő példaként. Egyesek szerint a magyar véleményvezérek nem veszik figyelembe a sokkal égetőbb társadalmi problémákat sem, ezáltal még rosszabb képet kialakítva magukról.

- *„Jól kell csinálni, és akkor egy nagyon szép dolog. Nagyon jó hatást lehet gyakorolni az emberekre. Sajnos Magyarországon kevés az ilyen jó hatást gyakorló véleményvezér.”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 12:04)
- *„Én nem mindegyik magyar influencert szeretem és általában külföldieket nézek. Ők fel-szabadultabbak és izgibb vidiket is csinálnak.”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 13:05)
- *„not to be rude de a magyar influenszerek bunkók, tiszteletlenek, rasszisták, homofóbok és még sorolhatnám xd”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 12:18)

A másik sokak által vitatott probléma az egyre szélesedő, magukat influencernek nevező személyek rétegéhez fűződik. Itt a követőbázis nagyságával összefüggően az okozza a problémát, hogy egyre kevesebb lesz az a követőszám, amelytől valaki influencernek számít. Sokan pedig már saját magukat titulálják annak, ami erősen rossz társadalmi képet vált ki, arról nem is beszélve, hogy a „szakma” felhígulásához vezet.

- *„Szerintem gáz ha annyira nem híres emberek, tehát ezalatt ilyen 2-3 ezer követős insta „celebket” értem, reklámoznak dolgokat. Nyilván könnyű pénz de szerintem csak azok csinálják akik tényleg híresek és nem csak 1-2 ezer követőjük van...”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 12:24)

A válaszokból arra is fény derül, hogy nagy szerepet játszik az emberek megítélésében az, hogy az adott influencer mennyire tud hiteles maradni. Mondhatni ez az egyik legmeghatározóbb tulajdonsága a sokak által tiszteletben tartott véleményvezéreknek Magyarországon.

- *„Alapvetően én támogatom ezt a „munkát”, valóban sok embernek tud nagy segítség lenni. Azonban addig a szintig adok csak egy influencer véleményére, amíg az adott személy hiteles tud maradni. Onnantól kezdve, hogy látom rajta, hogy egy általa reklámozott termékkel/szolgáltatással a legkisebb mértékben sem tud azonosulni és a pénz a mozgatóereje az együttműködésnek, már nem tekintek megbízható influencerként az illetőre.”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 12:33)

Továbbá voltak, akiknek a hirdetés minőségével, kivitelezésével voltak gondjaik.

- *„Úgy értem, hogy ha ilyen noname ember hirdet valamit, azt se lehet tudni miről van szó vagy maga a hirdetés igénytelen, van aki nagyon nem ért hozzá...Max 10-ből 1, akinek sikerül felkelteni az érdeklődésem, ehhez kifejezetten érzék kell meg valamilyen szintű hírnév.”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 14:37)

A végén azonban mégis akadtak olyanok, és itt fontos kihangsúlyozni, hogy a fiatalabbak közül, akik teljes mértékben támogatják az influencereket, valamint nagy figyelmet fordítanak a véleményükre is. A válaszokból azonban néha kiderül, hogy a fiatalabbak sokkal személyesebben kezelik a jelenséget és gyakran az üzleti vonatát sem észlelik.

- *„Szerintem jó, hogy létezik ez a fogalom, mert általuk tájékoztatást kapok pl. termékekről. Ez segít véleményt alkotnom a termékről, hogy érdemes-e megvennem. Vagy pl. egy helyszínnel kapcsolatban, hogy érdemes-e oda utaznom nyaralni.”* (instagram.com – 2020. augusztus 10. 16:24)

Végezetül pedig a második kérdésre adott válaszok értelmezése, valamint relevanciája egészen egyértelmű volt, ez mondhatni az eldöntendő kérdés szépsége. A 340 válaszadó közül 153-an lennének influencerek, míg 187-en nem. Ez a 45-55%-os IGEN-NEM megoszlás, valamint a válaszadók életkorának figyelembe vétele arra enged következtetni, hogy a korban fiatalabbak már el tudnák képzelni magukat ebben a munkakörben, sőt, sokan affinitást is mutatnak

arra, hogy később influencerként dolgozzanak. Ennek ellenére mégis többen inkább elhatárolják magukat az influencerektől (itt az idősebbek vannak nagyobb számban), valószínűleg a napjainkra jellemző rossz társadalmi megítélés miatt.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A netnográfiai kutatás eredményeképpen úgy gondolom sikerült bizonyos mértékben választ kapnom a fentebb említett három kérdésre.

Az első kérdésre a válasz az online közösségek interakcióiból tisztán kivehető. Az 'influencer' szó a vizsgált közegben pejoratív jelentéstartalommal bír a szakma hazai „kontárjai” miatt, illetve az emberekben elsősorban a pénzéhes „reklámfelület” asszociációját kelti. Ezt mi sem bizonyítja jobban, minthogy már számos hazai influencereket lejárató oldal is készült. A szót magát pedig már nem csak a tényleges véleményvezérekre használják, hanem gúnyszóként is funkcionál, amit a nagyobb (akár már 1000-2000) követőszámmal rendelkező online személyiségekre alkalmaznak, függetlenül attól, hogy vállalnak-e fizetett együttműködést, vagy sem. Fontos továbbá kiemelni, hogy noha ez a tendencia bizonyul meghatározóbbnak, sokan tisztelik és támogatják a hitelességüket megőrző, fontos társadalmi problémákkal is foglalkozó véleményvezéreket. A megítélésbeli különbség kulcsa gyakorlatilag, hogy az adott publikum előtt szereplő személy tartalmait ne csak a márkákkal való együttműködések határozzák meg. Mint minden máshol, itt is rendkívül nagy szerepet kap a mértékletesség. Noha az 'influencer' szó napjainkra már tényleg inkább szitokszóként alkalmazott, ez közel sem jelenti azt, hogy ez így is marad. A jövőben maguknak a véleményvezéreknél is arra kell fektetniük a hangsúlyt, hogy mindenképp egy társadalmilag tudatos, pozitív személyes márkát építsenek ki.

A második kérdés arra vonatkozott, hogy a Z-generáció mennyire látnak ezen a téren karrierlehetőséget. Ahogy az a fentiekben is látszik, ez eléggé megosztott még, hiszen az előző pont miatt a közösség megítélése ugyan kétoldalú, de inkább negatív. Egyelőre. A jelenlegi trendek ugyanis arra utalnak, hogy a generáció fiatalabb tagjai már egyre inkább el fogják fogadni az influencerséget, mint munkakört, valamint a legtöbbször meg is fog próbálkozni egy személyes márká kiépítésével. A hangsúly itt továbbra is azon van, hogy ezt a legnagyobb felelősséggel és színvonalon tegyék.

Legvégül pedig azzal a feltételezéssel szeretnék élni, hogy az egyre idősödő egyének és az influencerek támogatottságának nagysága között fordított arányosság fedezhető-e fel. Ez az online közösségek átfogó vizsgálata után nyerhetne teljes létjogosultságot. A feltételezés szerint míg a legfiatalabb tagjai a közösségi médiának teljes mértékben felnéznek ezekre az internetes személyiségekre, addig a korban előrehaladottabb generációk nagyrészt elvetik ezt a fajta marketing stratégiát és annak résztvevőit, mivel erkölcsstelennek, illetve hiteltelennek tartják. Fontos megjegyezni, hogy egy részük ennek ellenére hatalmas üzleti lehetőséget lát benne, így nagy figyelmet fordítanak a megértésére. Azt azonban a netnográfia második fázisában sikerült megállapítani, hogy a mostani tinédzserek (mondhatni maga a Z-Generáció) látja ennek a jó oldalát, valamint az előnyeit, azonban vagy konkrét személyekkel, vagy pedig a reklámkampányok minőségével van problémájuk. Ők értik a legjobban, hogy miről is szól véleményvezérnek lenni, érzik a súlyát, illetve képesek megkülönböztetni a hiteles és a „kontár” influencereket. Az elkövetkezőkben ők lehetnek azok, akik képesek megreformálni magát az influencer marketinget.

Ezen szempontok alapján pedig a vállalatokon és a jövő internetes szereplőin múlik, hogy mennyiben változtatnak az emberek és maga a társadalom véleményén. Véleményvezérnek lenni hatalmas felelősség és ezt minden jövőbeli influencernek meg kell értenie. A vállalatok szempontjából előnyös, hiszen költségkímélőbb jellegének ellenére nagy elérést biztosít, azonban különösen nagy figyelmet kell fordítani a kampány megtervezésekor arra, hogy csak a legalkalmasabb személyeket válasszák ki az együttműködéshez. Ehhez pedig nem elegendő az

ügynökség ajánlása, hanem hiteles és mélyreható analízis, valamint az emberek influencerekről alkotott véleménye is kulcsfontosságú.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BAUER, T (2016): Viel Lärm um nichts? Wie hoch der ROI beim Influencer Marketing wirklich ist. <https://onlinemarketing.de/news/viel-laerm-um-nichts-wie-hoch-der-roi-beim-influencer-marketing-wirklich-ist> (letöltve: 2020.07.31.) (2) BROWN, D. – HAYES, N. (2008): Influencer Marketing: Who really influences Your Costumer?. Elsevier Ltd. Oxford, 250 p. (3) COX, T. (2019): How Different Generations Use Social Media. <https://themanifest.com/social-media/how-different-generations-use-social-media> (letöltve: 2020.08.12.) (4) DÖRNYEI K. – MITEV A. (2010): Netnográfia, avagy on-line karosszék-etnográfia a marketingkutatásban. Vezetéstudomány. XLI. évf. 4. szám, pp. 55-68. (5) FRIEDMAN, H.H. – FRIEDMAN, L. (1978): Does the Celebrity Endorser's Image Spill Over the Product?. Journal of the Academy of Marketing Science. 6. vol. Fall issue, pp. 291-299. (6) GÁL T. – SOÓS M. – SZAKÁLY Z. (2017): Egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos fogyasztói insight-ok feltárása netnografiával – Esettanulmány. Vezetéstudomány/Budapest Management Review. XLVIII. évf. 4. szám, pp. 46-54. (7) JAHNKE, M. (2018): Influencer Marketing für Unternehmen und Influencer: Strategien, Plattformen, Instrumente, rechtlicher Rahmen. INPROMO GmbH. Hamburg, 288 p. (8) KOMÁR Z. (2019): Generációelméletek. Új Köznevelés. 73. évf. 8-9. szám, pp. 14-16. (9) KOZINETS, R. V. (2002): The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. Journal of Marketing Research, 39. vol. 1. issue, pp. 61-72. (10) LÉVAI R. (2019): Magyarok az interneten és a közösségi médiában. <https://kozosssegikalandozasok.hu/2019/05/22/magyarok-az-interneten-es-a-kozosségi-mediában/> (letöltve: 2020.08.12.) (11) MUKHERJEE, D. (2009): Impact of Celebrity Endorsements on Brand Image. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1444814 (letöltve: 2020.08.03.) (12) VASSILEVA, B. (2017): Marketing 4.0: How Technologies Transform Marketing Organization. Óbuda University e-Bulletin. 7. vol. 1. issue, pp. 47-56.

SZERZŐ:

Balogh Balázs

Nemzetközi gazdálkodás BSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
baloghbazs@gmail.com

*A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú
„Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban c.
projekt támogatásával valósult meg.*

EGÉSZSÉGES TÁPLÁLKOZÁS VIZSGÁLATA A DEBRECENI EGYETEM HALLGATÓI KÖRÉBEN

EXAMINATION OF HEALTHY EATING AMONG STUDENTS OF UNIVERSITY OF DEBRECEN

Fenyves László

ÖSSZEFOGLALÁS

Az egészség a legfontosabb dolog életünkben, amelyre nagyon oda kell figyelniünk és törekedniünk az egészségtudatos életmódra. A megfelelő étkezés folytatása nagyon fontos szerepet játszik egészségünk megőrzésében. Kutatásom célja annak megvizsgálása, hogy az egyetemisták (18 és 30 év között) egészségesen táplálkoznak-e egészségük megőrzése érdekében. A kutatás során online kérdőíves felmérést végeztem, amelynek kérdéseit magam állítottam össze és összesen kétszázharmincnégy hallgató töltötte ki a Debreceni Egyetemről. A kérdőív kitöltői egészségük védelme érdekében a testmozgást fontosabbnak tartják, mint az egészséges táplálkozást. A táplálkozás esetében vannak olyan területek, ahol elmondható, hogy az emberek odafigyelnek az egészséges táplálkozásra, de az eredmények alapján többnyire az figyelhető meg, hogy nem táplálkoznak egészségesen, annak ellenére, hogy véleményük alapján ügyelnek az egészséges étrend fenntartására.

Kulcsszavak: egészség, táplálkozás, egészségmegőrzés, egészségéstáplálkozás

ABSTRACT

Health is the most important thing in our lives that we need to pay close attention to and strive for a health-conscious lifestyle. Continuing to eat properly plays a very important role in maintaining our health. The aim of my research is to examine how well university students (between the ages of 18 and 30) eat healthy in order to maintain their health. In the course of the research, I conducted an online questionnaire survey, the questions of which I compiled myself and filled in a total of two hundred and thirty-four students from the University of Debrecen. Completers of the questionnaire consider exercise to be more important than healthy eating in order to protect their health. In the case of nutrition, there are areas where it can be said that people pay attention to healthy eating, but for the most part, based on the results, the fillers do not eat healthily, despite the fact that, based on their opinion, care is taken to maintain a healthy diet.

Keywords: health, nutrition, health maintenance, healthy eating

BEVEZETÉS

Életünkben minden bizonnyal a legfontosabb dolog az egészségünk, amelyre nagyon vigyázniunk kell, hiszen a megromlása nagyon súlyos következményekhez vezethet. Az egészség fontossága megkérdőjelezhetetlen és ez mindenki számára ismert, de mégsem minden esetben tartjuk szem előtt ennek jelentőségét és igazából csak akkor kezdünk el ügyelni rá, ha már valami betegségünk kialakult. Abban az esetben, ha kellőképpen figyelünk az egészségünk megőrzésére, akkor rengeteg betegséget és káros következményt meg tudunk előzni.

Az egészség megfogalmazásával kapcsolatosan a szakirodalomban nagyon sokféle megközelítést találhatunk, a meghatározása folyamatosan alakul és formálódik. Egy definiálás szerint az egészség jelenthet egyfajta fizikai és mentális egyensúlyi állapotot, amelynek során az egyén optimális kapacitása birtokában a leghatékonyabban képes megvalósítani azokat a társadalmi szerepeket, melyeket környezete a munkahelyén, a családban elvár tőle (PARSONS, 1972). KISS et al. (2016) kutatási adatai alapján arra a következtetésre jutottak, hogy az egészségesség-

get mind a fiatal, mind az idősebb korosztály fontosnak ítéli meg. KONCZOS (2012) úgy utal az egészségre, hogy az ember egyik legnagyobb értéke, de a szerepe igazán csak a hiányakor értékelődik fel. Az egészség megőrzésére TOMPA (2003) is felhívja a figyelmet, az ő meghatározása így szól: az egészség nem csak a betegség hiányát jelenti, hanem azt a testi és lelki egyensúlyt is, amelyet a külső és a belső környezetünkkel is ki kell alakítani ahhoz, hogy egyaránt biztosítva legyen a fizikai, a szellemi és a társadalmi jólét. Ezt az állapotot csak egészségtudatos magatartással lehet fenntartani. Sajnos sok esetben tényleg csak akkor kezdjük el félteni az egészségünket, ha már az megromlik vagy károsodást szenved, ezért kiemeleten fontos az egészségtudatos magatartás folytatása, amelyet SZAKÁLY (2009) a következő módon fogalmaz meg: egészségmagatartásnak az egészséggel kapcsolatos magatartásformák összességét nevezzük, amelyek elemei az egészséges életmódban és azon viselkedésben nyilvánulnak meg, amelyek az egészségi indítékok és egészségi szükségletek következtében jönnek létre.

Az egészségünk hosszútávú megőrzésének egyik alappillére kétségtelenül az egészséges táplálkozás (FARKAS – KISS, 2020). Az egészséges táplálkozás nem feltétlenül csak azt jelenti, hogy egészséges ételeket fogyasztunk, hanem, hogy megfelelő mennyiségben és minőségben, a szervezet számára megfelelően étkezünk. Az egészséges táplálkozás változatos és kiegyensúlyozott. Az étrend főként gyümölcsből, zöldségből, friss és természetes ételekből, valamint ásványi anyagokat és vitaminokat tartalmazó élelmiszerekből áll (PFAU et al., 2018). Az egészséges táplálkozás a különféle ételek és italok megfelelő arányban és mennyiségben, kellő változatosággal történő rendszeres fogyasztása. Ezáltal a betegségek kockázatát minimálisra csökkenthetjük. Az egészséges étrendnek megfelelő mennyiségben kell tartalmaznia a szervezetünk számára fontos energiát adó tápanyagokat (fehérjéket, zsírokat, szénhidrátokat) és energiát nem adó tápanyagokat (vitaminokat, ásványi anyagokat és nyomelemeket (HIDVÉGI et al., 2015).

Az alábbi, 1. ábrán látható az Okostányér, ami egyfajta iránymutatást biztosít a helyes táplálkozás vonatkozásában:



1. ábra: Az Okostányér

Az Okostányér az alábbi tippeket adja az egészséges táplálkozáshoz:

- Együnk mindennap friss zöldséget és gyümölcsöt;
- A napi étel fele zöldség és gyümölcs legyen;
- Fogyasszunk rendszeresen teljes értékű gabonát (naponta);
- A fehérjeforrásokat változatosan fogyasszuk (sovány húsok, halak, csökkentett zsírtartalmú tejtermékek);
- Bőségesen fogyasszunk folyadékot, leginkább ivóvizet (kb. 2 liter);
- Lehetőleg kevesebb sót, cukrot és zsiradékot használjunk fel (11).

Ahogy ez előzőekben látható volt az egészség megővésének kiemelten fontos része az egészséges táplálkozás, ezért a kutatásom felmérése arra irányult, hogy a fiatal korosztály táplálkozási szokásaiban mennyire jellemző az egészség megőzésére való törekvés. Az egészségtelen, mozgásszegény életmód, a helytelen táplálkozási szokások kialakulása már kora gyermekkorban megkezdődik és káros hatásainak nyomai már óvodás és kisiskolás korban is kimutathatók (ÁBRAHÁM – CSATORDAI 2006). Azért céloztam meg a fiatal korosztályt, mert amint az ÁBRAHÁM és CSATORDAI (2006) meghatározásából is látható, az egészségtelen életmód hatásai már a gyermekkorban is láthatók és kíváncsi voltam, hogy a gondolkodásban érettebb és már önálló korcsoport képviselői milyen viselkedést mutatnak ezen a területen. A kutatásom során azt is vizsgálom, hogy nemek szerint van-e valamilyen eltérés a táplálkozási szokásokban, ugyanis DÖRNYEI és GYULAVÁRI (2016) megállapítása szerint az egészséggel kapcsolatos információkeresésben a nemek közötti különbségeket illetően elsősorban a férfiak és a nők eltérő egészségtudatossága játszik fő szerepet.

ANYAG ÉS MÓDSZER

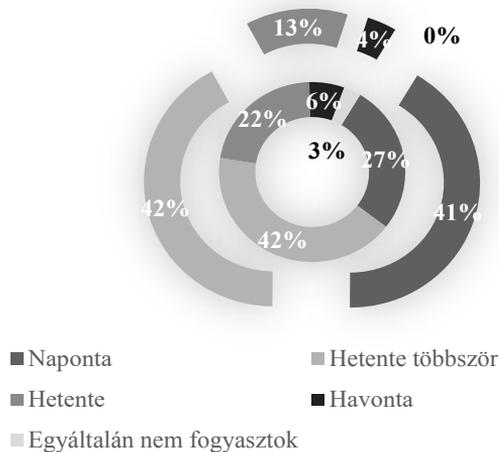
A kutatásom során arra kerestem a választ, hogy a Debreceni Egyetem hallgatói körében mennyire jellemző az egészséges táplálkozásra való törekvés és jelentkezik-e valamilyen szignifikáns eltérés a nemek között a kapott eredményekben. Az adatfelvételhez saját összeállítású kérdőívet használtam fel, amit debreceni egyetemisták körében tölttettem ki, az egyik közösségi média hallgatói csoportjában való megosztással. A kérdőívek kitöltése a koronavírus következtében kialakult rendkívüli oktatási rend miatt online történt meg. Az adatfelvételre 2020. május és június hónapban került sor. Az online kérdőívet kétszázharmincnyolc debreceni hallgató töltötte ki, amelyben a táplálkozási szokásaikat igyekeztem felmérni. A kérdések a zöldség-, illetve gyümölcsfogyasztás, a húsfogyasztás, a kenyérfogyasztás, a cukor illetve egyéb alapanyag felhasználás (olaj, zsiradék), valamint a folyadékfogyasztás témaköreit érintették. A kitöltők 62%-a nő és 38%-a férfi hallgató volt. A véleményfelmérés során figyeltem, hogy a 18 és 30 év közötti korosztály szerepeljen a mintában. Az adatgyűjtés során kapott eredményeket nem tekinthetők reprezentatívnak. A kitöltött kérdőívek elemzése alapján kapott eredményeket diagramok és ábrák segítségével fogom szemléltetni a következő fejezetben.

EREDMÉNYEK

Az egészségmegőréssel kapcsolatos vizsgálatomat debreceni egyetemisták körében végeztem el. Arra kerestem a választ, hogy mennyire étkeznek egészségtudatosan az egyetemista korosztály, valamint megfigyelhető-e valamilyen jelentős eltérés a női és férfi hallgatók táplálkozása között. Mivel az egészségmegőrése több összetevőből is áll kíváncsi voltam arra, hogy vajon az egészséges táplálkozást tartják-e a legfontosabbnak az egészségük megőrése szempontjából a hallgatók. Először arra a kérdésre kellett választ adniuk, hogy mit tartanak fontosabbnak az egészségük megőrése érdekében, a helyes táplálkozást vagy az aktív testmozgást. A kérdőívet kitöltők jelentős része úgy válaszolt, hogy egy 1-től 5-ig terjedő skálán (1 nem fontos – 5 nagyon fontos) 4-es vagy 5-ös értékben ügyelnek arra, hogy egészséges életmódot folytassanak. A válaszok alapján megkérdezték a testmozgást fontosabbnak ítélik meg, mert az 5-ös érték

(nagyon fontos) 54,3% szavazatot kapott, míg az egészséges táplálkozás esetében ez csak 37,8%. A megfelelő táplálkozás és az aktív testmozgás is egyaránt fontos az egészséges életmódhoz, de a kérdőívet kitöltők a testmozgást hangsúlyosabbnak ítélik meg.

A következő ábrák a hallgatók étkezési szokásaiknak a fontosabb részeit mutatja be. A 2. ábra demonstrálja a válaszadók gyümölcs-, illetve zöldségfogyasztási szokásait. Köztudott, hogy mind a két „kategória” rendkívül fontos szerepet tölt be a helyes táplálkozásban. Rengeteg vitamint tartalmaznak, amelyre a szervezetnek nagy szüksége van. Az ábrán a „robbantott” kör-cikk diagram a zöldségfogyasztást, míg a belső egész kör-cikk diagramm a gyümölcsfogyasztást szemlélteti. Összességében az mondható el, hogy napi rendszerességgel többen fogyasztanak zöldséget, mint gyümölcsöt, de ugyanakkora arányban (42%) választották a hetente többszöri válaszlehetőséget. A nemek közötti eltérést tekintve, arányaiban a nők sokkal nagyobb mértékben választották a napiszerű gyümölcs- illetve zöldség fogyasztást, mint a férfiak.

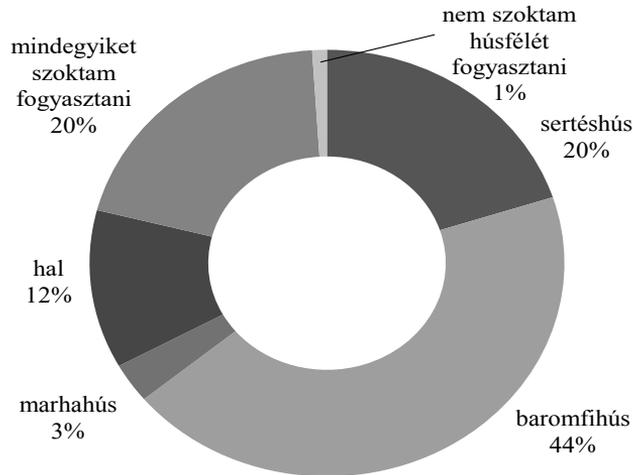


Megjegyzés: a „robbantott” kör-cikk diagram a zöldségfogyasztást, a belső egész kör-cikk diagramm a gyümölcsfogyasztást szemlélteti.

2. ábra: Gyümölcs- és zöldségfogyasztás gyakorisága (N=234)

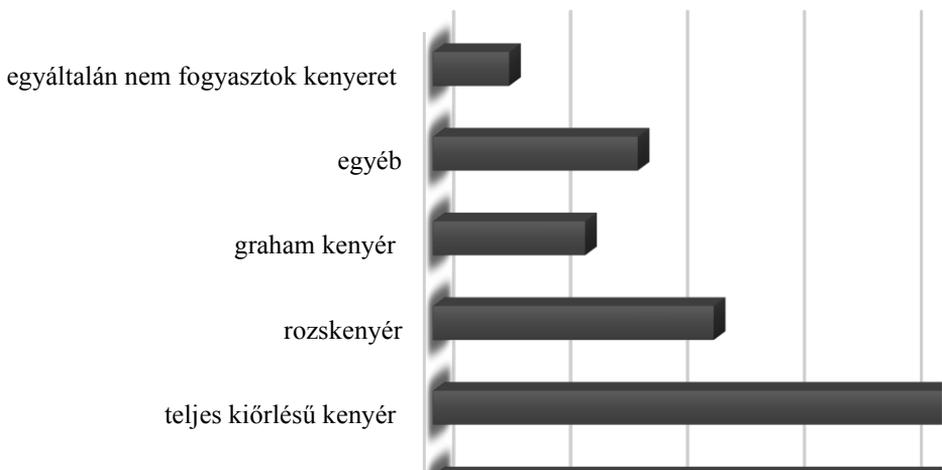
Forrás: Saját kutatás (2020)

A 3. ábrán a kérdőívet kitöltő egyetemisták válaszai láthatók, abban a vonatkozásban, hogy milyen húsféléket fogyasztanak a leginkább. A válaszadás során több lehetőséget is meg lehetett jelölni. Ahogy az ábrán látható, a legnagyobb mértékű a baromfihús fogyasztása, ami az egyik legegészségesebb húsféle, a válaszok majdnem felét begyűjtve. A második legtöbb jelölést a sertéshús kapta (20%), a halfogyasztás mértéke azonban igen csekély, mindössze 12%. A felmérésből az is világossá válik, hogy a kérdőívet kitöltők közül csak nagyon kevés ember fogyaszt marhahúst, valamint csupán 1%, aki úgy válaszolt, hogy egyáltalán nem fogyaszt húsféléket. Nemek közötti különbség a baromfihús fogyasztása esetén nem volt jelentős, de az adatokból az derült ki, hogy a nemek közötti arányt tekintve a halat a női hallgatók, sertéshúst, pedig a férfi hallgatók választották inkább.



3. ábra: A leginkább fogyasztott húsfélék (N=234)

Forrás: Saját kutatás (2020)



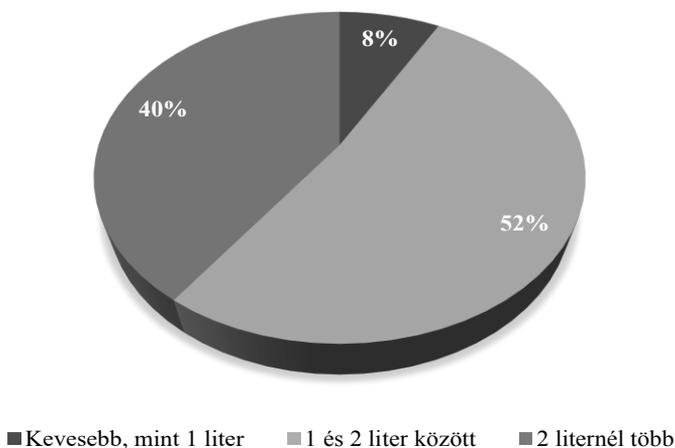
4. ábra: Kenyérfogyasztási szokások (db) (N=234)

Forrás: Saját kutatás (2020)

A 4. ábrán az egyetemisták kenyérfogyasztási szokásai láthatók. A kenyérfogyasztás az egészséges táplálkozás esetében szintén egy nagy jelentőséggel bíró terület. Ennél a kérdésnél is több válaszlehetőséget is meg lehetett jelölni. A kenyérfajták közül a teljes kiőrlésű vagy a graham kenyér kifejezetten egészségesnek mondható a hagyományos fehérkenyérrel szemben. A kérdőívet kitöltő hallgatók körében a leginkább fogyasztott kenyérfajta a teljes kiőrlésű kenyér, viszont a második legtöbb voksot a fehérkenyér kapta. A rozs-, illetve graham kenyér kisebb mértékű fogyasztása figyelhető meg. Ennél a kérdésnél is tapasztalható eltérés a nemek között, ugyanis a teljes kiőrlésű kenyeret a nők, míg fehérkenyeret inkább a férfiak fogyasztanak a nemek közötti megoszlás arányait tekintve a válaszaik alapján. Ugyan a graham kenyér és az egyáltalán nem fogyasztok kenyeret válaszlehetőségek viszonylag kevés jelölést kaptak, de a leadott válaszok jelentős része nőktől érkezett.

A következő kérdésekben az egyetemistákat a cukorfogyasztási, valamint olaj/zsíradék felhasználási szokásairól kérdeztem. A válaszok között a cukorfogyasztás esetében a napi, illetve a hetente többszöri fogyasztást választották a legtöbben. Összesen 63,4% naponta vagy hetente többször fogyaszt valamilyen formában cukrot és 23,8% a hetente történő fogyasztását jelölte meg. Mindössze 7,3% válaszolt úgy, hogy egyáltalán nem fogyaszt cukrot. A cukorfogyasztásnál az volt tapasztalható, hogy a cukor napi szintű fogyasztása többnyire a férfi hallgatók körében volt jellemző, míg az egyáltalán nem fogyasztók cukrot válaszlehetőséget csak női hallgatók adták le.

Az olaj/zsíradék felhasználás esetében megállapítható, hogy étolajat használnak leginkább, az állati zsíradék, olívaolaj vagy kókuszolaj felhasználása sokkal csekélyebb mértékben jelentkezik.



5. ábra: Folyadékfogyasztás mennyisége naponta (N=234)

Forrás: Saját kutatás (2020)

Az egészséges táplálkozásban a megfelelő mennyiségű folyadékpótlásnak is nagy szerepe van, hiszen a szervezet számára nélkülözhetetlen. Az eredmények alapján a válaszoló egyetemisták nagyrésze 1 és 2 liter közötti folyadék mennyiséget iszik napi szinten, de 40% úgy nyilatkozott, hogy naponta több mint 2 liter folyadékot is elfogyasztanak. Szerencsére nagyon elenyésző azok aránya, akik naponta kevesebb, mint 1 liter folyadékot isznak meg. A folyadékpótlás esetében az ásványvizet *preferálja a döntő többség és igyekeznek kerülni a cukros üdítőitalok fogyasztását a kérdőívet kitöltő hallgatók. A folyadékfogyasztás területén nem volt megfigyelhető szignifikáns különbség a női és férfi válaszadók között.*

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A vizsgálatom legfőbb célja az volt, hogy választ kapjak arra, mennyire étkezik egészségesen az egyetemista korosztály az egészségük megóvása érdekében, valamint tapasztalható-e valamilyen fajta eltérés a női és férfi szokások között ebben a tekintetben. A kitöltött kérdőívek alapján, a hallgatók közel 80%-a ügyel arra, hogy egészséges ételeket fogyasszon, viszont az eredmények alapján ez nem minden területen tükröződik az 1. ábrán bemutatott Okostányér iránymutatásaihoz viszonyítva.

A zöldség- és gyümölcsfogyasztás az Okostányér által meghatározottak szerint napi szintű kellene, hogy legyen, de a kutatásban résztvevő hallgatók körében ez a zöldségfogyasztás esetében 41%-ban, míg a gyümölcsfogyasztás esetében 27%-ban volt jellemző, ami elég kevésnek mondható. A húsfogyasztás területén a válaszok alapján a baromfihús volt a legnépszerűbb, amit

a sertéshús követett. Az ajánlás szerint leginkább a sovány húsokat, halakat lenne a legkedvezőbb fogyasztani az egészséges táplálkozás tekintetében, ezért a válaszok alapján ideális, hogy a baromfihús a legnépszerűbb, ellenben a hallal, amit nagyon csekély mértékben esznek a hallgatók. Az Okostányér iránymutatása alapján szükséges naponta teljesértékű gabonát fogyasztani, ezért szintén nagyon kedvező az az eredmény, amely szerint a teljes kiőrlésű kenyeret fogyasztanak legnagyobb mértékben a megkérdezettek és a graham, valamint rozskenyér is kapott szavazatokat. Javasolt a lehető legkevesebb sót, cukrot és zsiradékot felhasználni az ételek elkészítéséhez. Ennek tekintetében azt lehet megállapítani, hogy a cukorfogyasztás nagyon jelentős mértékben van jelen, mert a válaszadók több mint 42%-a naponta fogyasztja ezt az alapanyagot. Az egészséges táplálkozás szintén fontos része a bőséges folyadékpótlás, amelyet az Okostányér iránymutatása kb. 2 literben határoz meg. A kapott válaszok ebben az esetben nagyjából kedvezőnek mondhatók, mert nagyon kevés azok száma, akik napi kevesebb mint 1 liter folyadékot isznak meg, viszont a 2 liternél többet fogyasztók aránya lehetne több.

A nemek közötti eltérést vizsgálva, egyértelműen megállapítható, hogy a nők jobban odafigyelnek az egészséges étkezésre, mint a férfi társaik, ez megfigyelhető a zöldség- és gyümölcsfogyasztás, a halfogyasztás, a teljes kiőrlésű kenyérfogyasztás és a cukorfelhasználás területén egyaránt. Ezt alátámasztja az a megállapítása is, amely szerint a nők számára a szocializációs folyamatok, az eltérő nemi identitás és a testtudatosság miatt fontosabb az egészséges táplálkozás, és étkezési szokásaikat is hamarabb megváltoztatják ennek érdekében (MALOTA et al., 2019).

Összességében az a következtetés vonható le, hogy habár a hallgatók ügyelnek arra, hogy egészségesen étkezzenek, a válaszok alapján ez nem minden területen igazolódik. Ennek egyrészt lehet az az oka, hogy nincsenek teljesen tisztában azzal, hogy az egészséges étkezésnek milyen szabályai vannak. Ezért a javaslatom az – mivel a felmérés egyetemi hallgatók körében készült –, hogy érdemes lenne az egyetemeken (vagy adott esetben a Debreceni Egyetemen) szabadon választható tárgy, vagy előadás keretében felvilágosítást adni az egyetemisták részére, az egészséges táplálkozás fontosságáról és szabályairól. Az előadást olyan módon meg lehetne valósítani, a hallgatók érdekeit szem előtt tartva, mint a tűzvédelmi oktatást. További javaslatom, hogy az egyetemi menzán és az Egyetemen működő büfékben érdemes lenne az Okostányér iránymutatásait előtérbe helyezni és olyan kínálatot összeállítani, ami elősegíti annak a lehetőségét, hogy a hallgatók egészségesen táplálkozhassanak, mivel idejük nagyrészt az Egyetemen töltik el.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ÁBRAHÁM Á. – CSATORDAI S. (2006): Óvodások iskolások táplálkozási szokásai. *Védőnő* 16. évf. 6. sz. pp. 35-39.
- (2) DÖRNYEI K. R. – GYULAVÁRI T. (2016): Why do not you read the label? An integrated framework of consumer label information search. *International Journal of Consumer Studies*, 40 (1), pp. 92-100.
- (3) FARKAS N. D. – KISS M. (2020): Az egészséges táplálkozás fogyasztói megítélése – egy feltáró kutatás eredményei, *Táplálkozásmarketing*, VII évf., 1. sz., pp. 57-66.
- (4) HIDVÉGI P. – KÖPKÁNÉ PLACHY J. – MÜLLER A. (2015): Az egészséges életmód, Eszterházy Károly Főiskola Sporttudományi Intézet, 81 p.
- (5) KISS M. – SZAKÁLY Z. - SOÓS M. – KONTOR E. (2016): Az egészségtudatosság megjelenése a magyar lakosság szokásaiban korcsoportonként. *A Magyar Táplálkozástudományi Társaság XLI. Vándorgyűlése, Esztergom, 2016. október 6-8.*
- (6) KONCZOS CS. (2012): Az egészségtudatosság és az egészségdeterminánsok kölcsönhatásának vizsgálata, *Doktori értekezés, Semmelweis Egyetem, Sporttudományi Doktori Iskola*. 147 p.
- (7) MALOTA E. – GYULAVÁRI T. – BOGÁROMI E. (2019): „Az vagy, amit megeszel” A hazai fogyasztók egészséges táplálkozással kapcsolatos percepciói és attitűdjei. *Vezetéstudomány*, L évf., 1. sz., pp. 80-88.
- (8) PARSONS, T. (1972): Definitions of health and illness in the light of American values and social structure. In: *Jaco, E. – Gartley, E.: Patiens, Physicians and Illness: A Sourcebook in Behavioural Science and Health*, Collier-Macmillan, London, pp. 165-187.
- (9) PFAU C. – MÜLLER A. – BÁCS Z. – BÁCSNÉ BÁBA É. (2018): Az egészséges táplálkozás szerepe és jelentősége. *Táplálkozásmarketing*. 5. évf. 1. sz. pp. 49-63.
- (10) SZAKÁLY Z. (2009): *Egészségmag-*

tartás és funkcionális élelmiszerek: Hogyan vélekednek a hazai fogyasztók? Élelmiszer, táplálkozás és marketing, 6. évf. 1-2. sz. pp. 9-18. (11) TOMPA A. (2003): Egészségtudat és tudatos egészség In: Mindentudás Egyeteme. pp. 43-68. II: OKOSTÁNYÉR – Új magyar táplálkozási ajánlás <https://mdosz.hu/uj-taplalkozasi-ajanlasok-okos-tanyer/> (letöltve: 2020.11.07)

SZERZŐ:

Fenyves László

PhD hallgató

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

fenyves.laszlo@econ.unideb.hu

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

PREVENCIÓ ÉS REHABILITÁCIÓ GAZDASÁGI SZEMPONTÚ VIZSGÁLATA KÉZILABDA SPORTÁG SPECIFIKUSAN

ECONOMIC INVESTIGATION OF PREVENTION AND REHABILITATION ESPECIALLY IN HANDBALL

Gyökös Barbara, Bácsné Bába Éva

ÖSSZEFOGLALÁS

Manapság a sportban a tét és a magas elvárások az egészség határait feszegetik, melyek határozottan veszélyt jelentenek a sportolók számára. Egy sportoló ideiglenes elvesztése negatív hatással lehet a csapat jövőbeli eredményességére, amely az adott klubnak gazdasági problémát is okozhat. A sportsérülések ellátásának magas költségei, majd pedig az azt követő terápiás eljárások finanszírozása számottevő terhet róhat az egyesületre, vagy magára a sportolóra. Jelen kutatásban a sérülések gazdasági oldalát vizsgáltuk egyesületi és sportolói oldalról. Eredményeink alapján beigazolódtak a feltételezéseink, miszerint jobban megéri inkább prevencióba fektetni, mint rehabilitációt finanszírozni. Ezek a tréningek a rendszeres edzésekbe beépíthetők, többet költséget nem feltétlenül jelentenek a kluboknak. Az esetleges sérülések viszont mind a játékosnak, mind a klubjának negatív következményekkel járnak.

Kulcsszavak: prevenció, rehabilitáció, sérülések, gazdaság

ABSTRACT

Nowadays, in sports stakes and high expectations pushes the boundaries of health, which are definitely threats to athletes. The temporary loss of an athlete can have a negative impact on the future performance of the team, which can also cause an economic problem for the club. The high cost of treating sports injuries and then funding rehabilitation can place a significant burden on the club or the athlete himself. Prevention can definitely be a solution to avoid sports injuries. In our research, we examined the economics of injury-related information from sports associations and athletes. Based on our findings, our assumption is that it is better to invest in prevention than to finance rehabilitation. These trainings can be incorporated into regular workouts not necessarily an additional cost for the clubs. Potential injuries, on the other hand have negative consequences for both the player and his club.

Keywords: prevention, rehabilitation, handball, injuries, economy

BEVEZETÉS

A kutatás fókuszában a versenysport vizsgálata áll, kiemelt hangsúlyt fektetve a sportsérülések megelőzésére, az esetlegesen bekövetkező sportsérülések rehabilitációjának hatékonyságára gazdasági viszonylatban. Kérdőíves módszerrel arra kerestük a választ, hogy a sportkluboknál hogyan oszlanak meg a prevencióra, illetve rehabilitációra fordított kiadások, valamint a játékosok mennyit lennének hajlandóak a megelőzésre, illetve a helyreállításra költeni. Ezenkívül pedig vizsgáltuk, hogy ezen játékosoknak valóban mennyit kellett költeniük sérülésük helyreállítására, és a klub mennyi önrészt vállalt ezen költségekben. Kutatásainkból megállapítható, hogy anyagi viszonylatban a játékosok inkább a megelőzésre, mintsem a helyreállításra fordítanak többet. Ennek ellenére mégis magasabb az éves kiadása egy sportolónak a rehabilitációra, mint a prevencióra. Egy sportoló életében a megelőzés mindenképpen fontosabb, ezenkívül pedig a preventív jellegű edzésfeladatok a rendszeres edzésekbe beépíthetők, többet költséget nem feltétlenül jelentenek a kluboknak. A sportsérülések viszont mind a játékosnak, mind a klubjának negatív következményekkel járnak, így vizsgálataink megerősítették a prevenció fontosságát a versenysportban.

Elméleti háttér

A megelőzés magában foglalja mindazon törekvéseket, melyek az egészség fejlesztését, megőrzését, illetve egészségkárosodás esetén az egészség mielőbbi visszaállítását, a károsodás további súlyosbodásának kivédését szolgálják (HIDVÉGI – MÜLLER, 2015). A sportolás olyan tevékenység, amely nemcsak segít az egészség megőrzésében, de számos, az egészséget veszélyeztető rizikótényezőt is hordoz magában. Vizsgálatok szerint a kórházi kezelést igénylő sérüléseinek egyharmada sporttevékenység következtében alakult ki. Minden olyan sérülést, ami a sporttevékenység miatt vagy közben alakul ki, sportsérülésnek nevezünk (FULLER et al., 2006). A sportsérülések kialakulásában külső és belső tényezők játszanak szerepet. A közvetlen kontaktussal járó sportokban, például a kézilabdában is, a csapattárrsal, vagy ellenféllel történő érintkezések, és azok kiszámíthatatlansága a sportsérülések valószínűségét növeli. Míg a kézilabdázók minden 10. addig a röplabdázók átlagosan csak minden 100. meccsen szenvednek el sérülést (JUNGE et al., 2006). A női sportolók 4-6-szor gyakrabban szenvednek ilyen sérülést, mint a férfi sportoló társaik (BAHR et al., 2009). Egy játékos sportsérülésének negatív következményei az egyénre, a csapatra és a sportegyesületre nézve is ismertek, melyek egyértelműen a megelőzés fontosságára hívják fel a figyelmet (RÁTGÉBER, 2015).

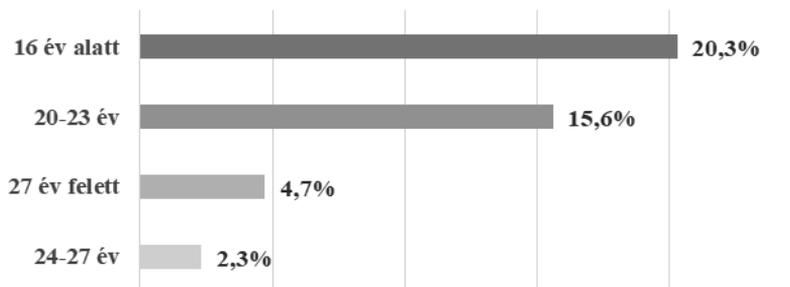
Ha a sérülés már bekövetkezett a rehabilitáció kerül előtérbe. A rehabilitációs folyamat meghatározó feltétele a rehabilitációs team, melyben többféle szakképesítésű szakember együtt dolgozik a sportoló egészségének mielőbbi helyreállításán. Ezen szakemberek alkalmazása is gazdasági terhet ró a sportszervezetekre (PAPP, 2014). Bár számos költséghatékonyan kiküszöbölhető, hiszen a játékosok magatartását, a játékvezető hozzáállását, az edző módszereit lehet befolyásolni, így a megfelelő módszert megtalálva csökkenthető a sérülések aránya (VERES-BALAJTI et al., 2015). Azonban, ha mégis bekövetkezik az egészségkárosodás a felmerülő kiadásokat biztosítás is fedezheti. A szolgáltatás a sportolás során bekövetkezett sportbalesetek egészségügyi ellátására nyújt anyagi segítséget, sőt a teljes rehabilitációs folyamat finanszírozására is kiterjedhet. A fő biztosítás az orvosi költségeket téríti, míg a kiegészítő biztosítás a gyógyszerekre, segédeszközökre nyújt ártámogatást és utazási költségtérítést biztosít (ONLINE BIZTOSÍTÁS, 2019). A biztosítási szerződések szabályai mellett az életbiztosítási szerződésnek és a balesetbiztosítási szerződésnek van kiemelt jelentősége, hiszen mindkét szerződéstípus biztosítottja a sportolót, akinek az egészsége a sportszervezet szempontjából is kiemelt jelentőségű (FÉZER, 2015). A sportszervezet szempontjából pedig a felelősségbiztosítás emelhető ki.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Primer kutatás során kérdőíves felméréssel dolgoztunk. A kapcsolatfelvétel kizárólag online módon történt, a felhívást pedig interneten felületen osztottuk meg a kitöltőkkel. A felkérés alapján az anonim válaszadóktól 128 kérdőív került kitöltésre. A kérdőívet a *Survio* kérdőív webes felületével készítettük el, melyben összesen 20 kérdés szerepel. Az első kérdéscsoport a demográfiai kérdéseket tartalmazza, a második kérdéscsoport a sportolási szokásokra fókuszál. A kérdőív harmadik része a fizetési hajlandóságot méri, azzal foglalkozik, hogy a sportolók mennyit lennének hajlandóak költeni a sportsérülésük megelőzésére, és mennyit a felépülésükre. Kutatásunkban női, illetve férfi kézilabdázók szerepelnek (N=128).

EREDMÉNYEK

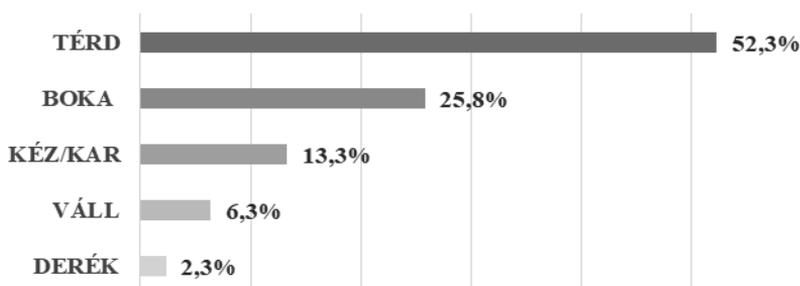
Ha életkor szerint vizsgáljuk, hogy a kutatásban részt vevő sportoló mikor szenvedett el sérülést, kiderült, hogy 16 év alatt a legmagasabb a sérülésszázalék (20,3%) a kézilabdázóknál, ezt követően pedig a 20-23 év között (15,6%), majd a 27 év felett (4,7%) sérülnek meg a játékosok. A legalacsonyabb százalékban 24-27 év között (2,3%) szenvednek el sérülést a sportolók (1. ábra).



1. ábra: A kézilabdázók sérülésének életkori megoszlása (N=128)

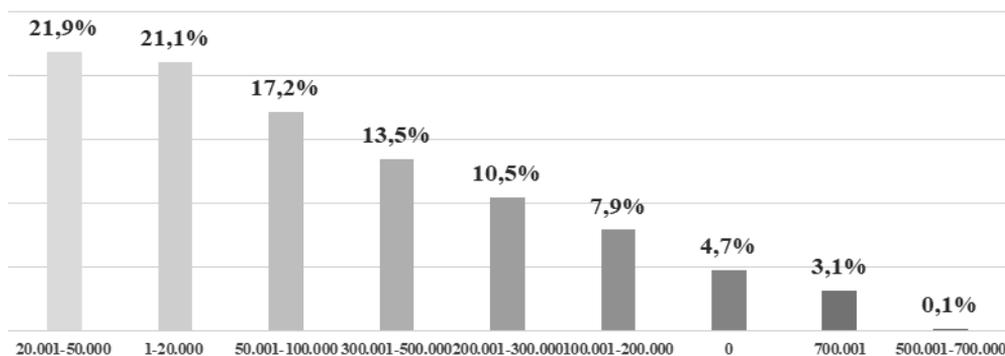
Forrás: Saját szerkesztés

A kutatást követően bebizonyosodott, hogy a kérdőívet kitöltött kézilabdázók leggyakoribb sportsérülése a térsérülés (52,3%). Ezt követi a boka sérülés (25,8%), majd a kéz/kar sérülés (13,3%), illetve a vállsérülés (6,3%). A legkevésbé gyakori a deréksérülés (2,3%) (2. ábra).



2. ábra: A kézilabdázók leggyakoribb sportsérülései (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés



3. ábra: A prevenciósi fizetési hajlandóság (Ft) (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés

A következő kérdéskörben a fizetési hajlandóságot mértük. Arra kerestük a választ, hogy éves szinten a játékosok mennyit lennének hajlandók prevencióra költeni. Kiderült, hogy leginkább 20.001-50.000 Ft között (21,9%), majd 1-20.000 Ft között (17,2%), illetve 50.001-100.000

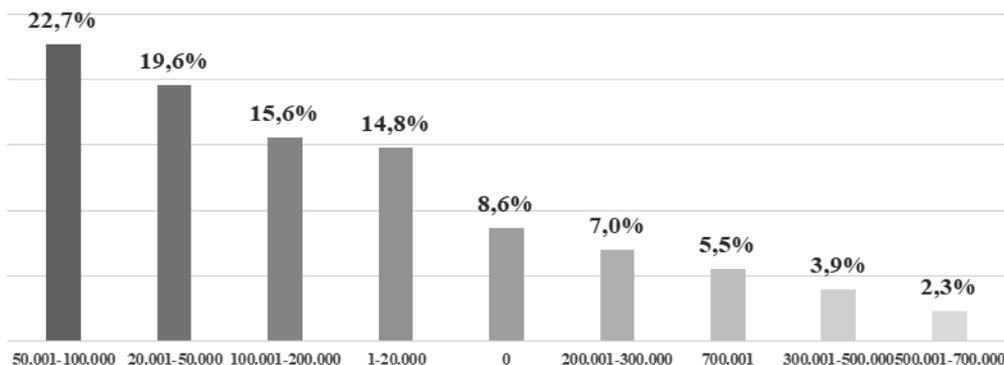
Ft között (17,2%) költenének megelőzésre éves szinten. Ezt követi a 300.001-500.000 Ft (13,5%), majd a 200.001-300.000 Ft közötti (10,5%) éves fizetési hajlandóság. Kisebb arányban költenének 100.001-200.000 Ft között (7,9%), 0 Ft-ot (4,7%), illetve 700.000 Ft felett (3,1%). A legkisebb arányban 500.001-700.000 Ft között (0,1%) költenének prevencióra (3. ábra).

1. táblázat: Az egyéni prevenció fizetési hajlandóság átlagosan (N=128)

Érték (Ft)	Fő (fi)	Osztályközép (Xi) (Ft)	$S_i = f_i \times X_i$ (Ft)
20.001-50.000	28	35.000	980.000
1-20.000	27	10.000	270.000
50.001-100.000	22	75.000	1.650.000
300.001-500.000	17	400.000	6.800.000
200.001-300.000	13	250.000	3.250.000
100.001-200.000	10	150.000	1.500.000
0	6	0	0
700.001	4	700.001	2.800.004
500.001-700.000	1	600.000	600.000
SZUM	128	-	17.850.004
ÁTLAG	-	-	= 139.453,16 / fő

Forrás: Saját számítások

A prevencióra költött fizetési hajlandóság után a rehabilitációval kapcsolatban arra kerestük a választ, hogy éves szinten a játékosok mennyit lennének hajlandók sérülésük helyreállítására költeni. Kiderült, hogy legmagasabb arány 50.001-100.000 Ft között (22,7%), majd 20.001-50.000 Ft (19,6%) van. Ezt követően 100.001-200.000 Ft (15,6%) majd az 1-20.000 Ft között (14,8%) költenének rehabilitációra. 8,6%-ban 0 Ft-ot, majd 200.001-300.000 Ft-ot (7,0%) adnának ki. 5,5%-ban 700.000 Ft felett (8,6%) lennének hajlandók kiadni, majd kisebb arányban 300.001-500.000 Ft között (3,9%), és 500.001-700.000 Ft (2,3%) az éves kiadás (4. ábra).



4. ábra: A rehabilitációs fizetési hajlandóság (Ft) (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés

A két diagram adatait táblázatokban (1-2. táblázat) középérték segítségével vizsgáltuk meg. A számított középérték segítségével, ezen belül is a súlyozott számtani átlaggal számoltuk ki az adatokat. Ezen elemzésekből kiderült, hogy egy kézilabdázó éves szinten sportsérülések megelőzésére átlagosan 139.453,16 Ft-ot hajlandó költeni. Míg ezzel ellentétben a rehabilitációra

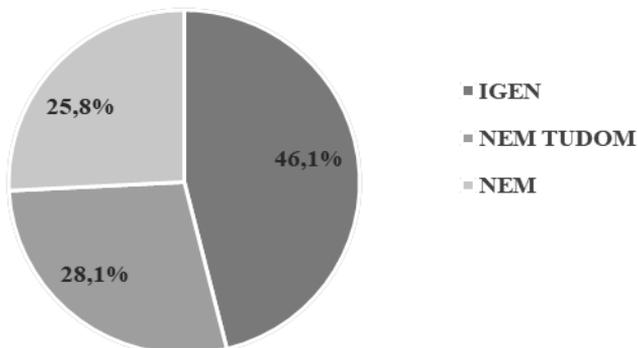
fordított éves fizetési hajlandóság a sportolóknál 134.296,93 Ft/fő. Így a kutatásból megállapítható, hogy valamivel többet hajlandóak költeni a sportolók a megelőzésre, mint a helyreállításra.

2. táblázat: Az egyéni rehabilitációs fizetési hajlandóság átlagosan (128)

Érték (Ft)	Fő (f)	Osztályközép (X _i) (Ft)	S _i = f _i × X _i (Ft)
50.001-100.000	29	75.000	2.175.000
20.001-50.000	25	35.000	875.000
100.001-200.000	20	150.000	3.000.000
1-20.000	19	10.000	190.000
0	11	0	0
200.001-300.000	9	250.000	2.250.000
700.001	7	700.001	4.900.007
300.001-500.000	5	400.000	2.000.000
500.001-700.000	3	600.000	1.800.000
SZUM	128	-	17.190.007
ÁTLAG	-	-	= 134.296,93 /fő

Forrás: Saját számítások

Arra kerestük a választ, hogy a kutatásban részt vevő sportolók szerint klubcsapatuknak van-e sportbiztosítása. Legmagasabb arányban azt választották, hogy a csapatuk nem rendelkezik sportbiztosítással (46,1%), míg a válaszadók nagy része nem is tudja (28,1%), hogy csapata kötött-e sportbiztosítást. Mindössze a sportolók 25,8%-a válaszolta azt, hogy klubcsapatában jelen van a sportbiztosítási szerződés (5. ábra).



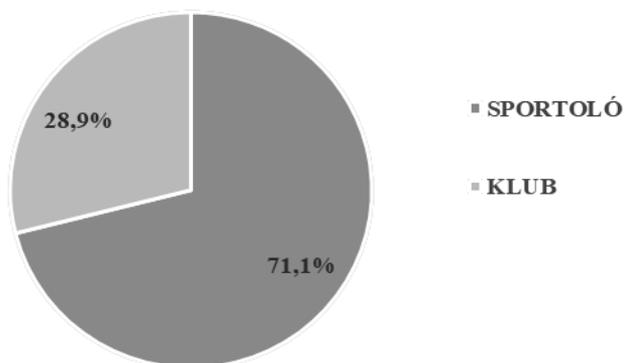
5. ábra: Klubok sportbiztosítása (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés

A fentiekből adódóan így kimondható, hogy a kézilabdázók sportsérülésének rehabilitációját több, mint 70%-ban (71,1%) saját maguk, a sportolók finanszírozták, míg mindössze a válaszadók 28,9%-a az, akinek klubja magára vállalta a rehabilitációs költségeket (6. ábra).

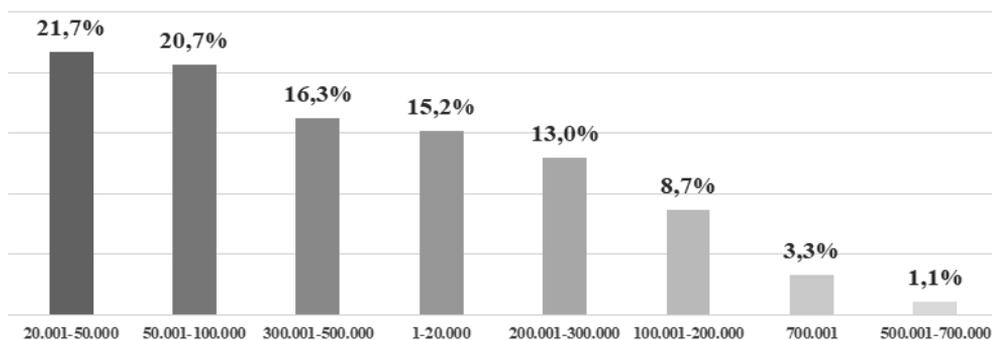
A kutatásunkban részt vevőknek legalább egyszer volt sérülésük, így rehabilitációra is szükségük volt. Arra kerestük a választ, hogy ez éves szinten mennyivel terhelte a sportoló kiadásait. A legmagasabb arányban 20.001-50.000 Ft (21,7%), majd 50.001-100.000 Ft (20,7%) a rehabilitációs költsége a sportolóknak. Ezt követi a 300.001-500.000 Ft közötti (16,3%), majd az 1-20.000 Ft (15,2%) közötti kiadás. Ezt követi a 200.001-300.000 Ft közötti (13,0%) kiadás, majd a 100.001-200.000 Ft közötti (8,7) kifizetés. Majd kisebb arányban a 700.000 Ft-os (3,3%),

illetve 500.001-700.000 Ft (1,1%) közötti rehabilitációs önköltség. (7. ábra). Így átlagosan egy sportolónak 164.836,99 Ft-ot kellett kifizetnie éves szinten a saját rehabilitációjára (3. táblázat).



6. ábra: A kézilabdázók rehabilitációjának finanszírozása (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés



7. ábra: A kézilabdázók rehabilitációs költségei átlagosan (N=92)

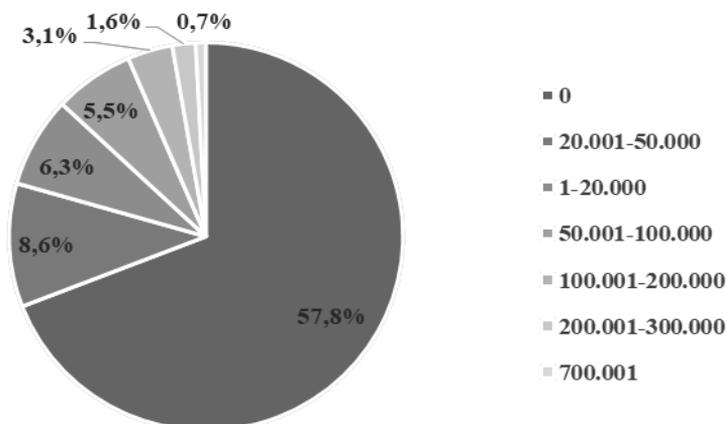
Forrás: Saját szerkesztés

3. táblázat: Egy játékos rehabilitációs költsége éves szinten (N=92)

Érték (Ft)	Fő (fi)	Osztályközép (Xi) (Ft)	$S_i = f_i \times X_i$ (Ft)
20.001-50.000	20	35.000	700.000
50.001-100.000	19	75.000	1.425.000
300.001-500.000	15	400.000	6.000.000
1-20.000	14	10.000	140.000
200.001-300.000	12	250.000	3.000.000
100.001-200.000	8	150.000	1.200.000
700.001	3	700.001	2.100.003
500.001-700.000	1	600.000	600.000
SZUM	92	-	15.165.003
ÁTLAG	-	-	164.836,99 = /fő

Forrás: Saját szerkesztés

A fentiekből következtetve, kiderült, hogy a klubcsapatok több, mint felének (57,8%) 0 forintba került a sportolójuk rehabilitációs költsége (8. ábra). Ez a magas arány (57,8%) adódhat abból is, hogy a kluboknál dolgozik rehabilitációs szakember, aki ezzel foglalkozik, így ez nem jelentett számukra többlet költséget, de adódhat abból is, hogy a klub nem tudta sportolója rehabilitációját finanszírozni. Így átlagosan az az eredmény született, hogy a kluboknak a megkérdezett játékosok szerint mindössze 26.074,78 Ft kiadása keletkezett egy sérült sportoló után (4. táblázat).



8. ábra: A klubok rehabilitációs költségei átlagosan játékosok szerint (N=128)

Forrás: Saját szerkesztés

4. táblázat: Egy klub rehabilitációs költsége éves szinten (N=128)

Érték (Ft)	Fő (f)	Osztályközép (X _i) (Ft)	S _i = f _i × X _i (Ft)
0	74	0	0
20.001-50.000	11	35.000	385.000
1-20.000	8	10.000	80.000
50.001-100.000	7	75.000	525.000
100.001-200.000	4	150.000	600.000
200.001-300.000	2	250.000	500.000
700.001	1	700.001	700.001
500.001-700.000	0	600.000	0
Nem tudom	(21)	-	-
SZUM	107	-	2.830.001
ÁTLAG	-	-	26.074,78 /fő

Forrás: Saját szerkesztés

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A prevencióban a szakedzők mellett óriási szerepe van a klub vezetőségének is. Leginkább azt lehet elvárni tőlük, hogy lehetőségeikhez mérten prevencióban jártas szakembereket alkalmazzanak. Ezen kívül fordítsanak figyelmet prevencióra és rehabilitációra alkalmas eszközök beszerzésére, illetve megfelelő az alkalmazott szakemberek továbbképzésére.

Fontos szerepe van egy klubnál a sportbiztosításnak, hiszen, ha esetlegesen bekövetkezik egy sportsérülés, a sportbiztosítás fedezheti a rehabilitációs költségeket. Ez anyagiakban minden-

képpen segíthet egy sportolónak, így, ha esetleg a klub nem teheti meg, hogy a sportoló plusz kiadásait fedezze, a felépülésére szükséges költségeket sportbiztosítással tudja fedezni. Ebből adódóan viszont megállapítható, hogy a megelőzés egyetemen fontosabb a klub és a játékos számára anyagi viszonylatban, hiszen a prevenció rendszeres edzésekbe beépíthető, többlet költséget nem feltétlenül jelent a kluboknak. A sportsérülések viszont mind a játékosnak, mind a klubjának negatív következményekkel járnak, így vizsgálataink megerősítették a prevenció fontosságát a versenysportban. Ezek gyakorlatban hasznosítható prevenció, rehabilitációs intézkedéseket indukálhatnak a kézilabda csapatot működtető kluboknál. Eredményeinkről a vizsgálatba bevont klubokat is tájékoztattuk.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BAHR, R. – ENGEBRSTEN, L. (2009): Sports Injury Prevention, International Olympic Committee.
- (2) FÉZER T. (2015): Kártérítési felelősség és személyiségvédelem a sportjogban. Campus Kiadó, Debrecen.
- (3) FULLER, C. – EKSTRAND, J. – JUNGE, A. – ANDERSEN, T.E. – BAHR, R. – DVORAK, J., HÄGGLUND, M. – MEEUWISSE, W. (2006): Consensus statement on injury definitions and data collection procedures in studies of football (soccer) injuries. Clinical Journal of Sport Medicine 16, 97-105.
- (4) HIDVÉGI P. – MÜLLER A. (2015) A prevenció, EKF Líceum Kiadó, Eger.
- (5) JUNGE, A. – LANGEVOORT, G. – PIPE, A. – PEYTAVIN, A. – WONG, F. – MOUNTJOY, M. – BELTRAMI, G. – TERRELL, R. – HOLZGRAEFE, M. – CHARLES, R. – DVORAK, J. (2006): Injuries in team sport tournaments during the 2004 Olympic Games. American Journal of Sports Medicine 34, 565-575.
- (6) Online biztosítás (2019): <http://www.biztositas.co.hu/sportbiztositas/> (letöltve:2019.10.10.)
- (7) PAPP K. (2014): Rehabilitáció, Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop412A/2010_0020_rehabilitacio_magyar/orvosi_rehabilitci.html (letöltve:2019.09.19.)
- (8) RÁTGÉBER L. – IMREH A. – MOLICS B. (2015): Sportsérülések primer prevenciója. Pécsi Tudományegyetem, Egészségtudományi Kar, Budapest.
- (9) VERES-BALAJTI I. – TAKÁCS D. – TISLJÁR R. (2015): Sportrehabilitáció. Campus Kiadó, Debrecen.

SZERZŐK:

Gyökös Barbara

Sport- és rekreációs szervezés BSc hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
gyokos.barbara98@gmail.com

Dr. Bácsné Dr. Bába Éva

egyetemi tanár
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

A publikáció a 2020.05.06-án megrendezett DE GTK Kari Tudományos Diákköri Konferencián bemutatott pályamunka egy részének átdolgozott változata.

A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,

Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

SPORTOLÁSSAL ÉS TÁPLÁLKOZÁSSAL KAPCSOLATOS APPLIKÁCIÓK HASZNÁLATA AZ EGYETEMISTÁK KÖRÉBEN

USE OF SPORTS AND NUTRITION MOBILE APPLICATIONS AMONG UNIVERSITY STUDENTS

Hugyecz Mirtill

ÖSSZEFOGLALÁS

Napjainkban az egészséges életmód növekvő fontosságú, egyre többen figyelnek oda a megfelelő, minőségi táplálékbevitelre és a rendszeres testmozgásra. A kutatásom elsődleges célja arra választ kapni, hogy az egyéneknek az egészségtudatosabb életmódra való áttérés és annak fenntartása esetében milyen mobilmarketing eszközök tudják támogatni a törekvéseiket.

A kutatás során kérdőíves megkérdezés keretében folytattam a kutatásom (N=314). A kutatási eredmények alapján összességében elmondható, hogy az egyetemisták többnyire egészségtudatosnak gondolják magukat. Összességében elmondható sportolással kapcsolatos appokat többen használnak, mint táplálkozással kapcsolatos alkalmazásokat. Napjainkban lehetőségünk nyílt teljesítményünk és testünk folyamatos monitorizálására és a külső érdeklődők felé való dokumentálására. Így elmondható, hogy a digitalizáció szoros kapcsolatban van a sportfogyasztással is.

A kérdőívemnek köszönhetően, kulcsfontosságúnak találtam egy olyan gyűjteményt megalakítani, amely magába foglalja az egészségtudatos életmóddal és ezen belül a táplálkozással kapcsolatos okostelefon alkalmazások kategóriák szerinti megfigyelését.

Kulcsszavak: egészséges életmód, egyetemisták, mobilmarketing

ABSTRACT

These days healthy lifestyle has paramount importance, more and more people pay attention to proper and quality food intake and regular exercise. The primary goal of my research is to reveal what type of mobile applications promote the efforts of those who intend to switch to and maintain health conscious lifestyle.

During my research, I carried out a questionnaire (N=314). The results of the research suggest that university students deemed themselves mostly health conscious. Overall, more sport-related applications are in use than nutrition-intake applications. These days, it is possible to continuously monitor our performance and body and share the results with others. Therefore, it is clear that digitization is closely related to sports consumption.

Due to my questionnaire, conducting a questionnaire was a key factor to me including category-based monitoring of smartphone applications related to health conscious lifestyle covering nutrition.

Keyword: healthy lifestyle, university students, mobil applications

BEVEZETÉS

Napjainkba nélkülözhetetlen eszköz a mobiltelefonunk. Ma már általános funkciókon kívül az emberek az egészségükre is oda tudnak figyelni egy okostelefon vagy egy viselhető eszköz révén. Magyarországon fejlődő tendenciával állunk szembe, az eddigi kutatások azt mutatják, hogy a magyar lakosság körében 2009 és 2019 között folyamatosan emelkedik azoknak a száma, akik nagyon jó vagy jó véleményen vannak egészségükről (KSH, 2020).

Egy 2019-es felmérés alapján hazánkban 5,3 millió ember használ okosfont. A válaszadók által használt legnépszerűbb operációs rendszer az Android majd a második helyen az IOS

helyezkedik el s végül a Windows Phone. Márkákat tekintve pedig az első helyen a Samsung áll majd ezt követi a Huawei, illetve az Apple (ENET, 2019).

Korábban az online felületeken egy felhasználói fiókkal való bejelentkezés után aznapi aktivitásunkat felvihettük és folyamatosan nyomon követhettük. Azonban ezt az opciót kiegészítve vagy az mellett ma már sokkal könnyebb dolgunk van, hiszen egy mobilalkalmazás letöltése is elegendő, ami okostelefonnal vagy okosórával kompatibilis és a telefon segítségével részletesebb adatokat látunk, de az alap információkat az eszközön is látjuk. Ezeknek a készülékeknek vonzereje, hogy elfér a zsebbe vagy épp csuklón tudjuk használni s így bárhol bármikor rögzítésre kerülnek adataink.

Az emberek egészségtudatossága hazánkban is növekszik, aminek eredményeként az egészség megőrzése egyre fontosabb szemponttá válik (LAJOS, 2005). Ezt a folyamatot a következő megállapításokkal lehet jellemezni és összefoglalni, hogy az emberek kevesebb sót és zsírt fogyasztanak. Egyre többen az energiaszegény vagy cukormentes termékeket preferálják. Ma már nem elég az élelmiszerek táplálkozási előnyeit kiemelni, előnyben kell részesíteni az élvezeti értékeket is. Az emberek rohanó életében egyre inkább megnövekszik az érdeklődés a könnyen elkészíthető, de azért egészséges ételek iránt (GAÁL, 1998). Ahhoz, hogy az egészségtudatosság kialakuljon az emberekben helyes információkkal kell őket ellátni, amihez pedig nélkülözhetetlen eszköz a mobiltelefonjuk. Az emberek többsége, bármit keres legyen szó egy termékről vagy szolgáltatásról ezeket már mind mobiltelefonjukon keresztül teszik meg az interneten. Így nagyon fontos, hogy hiteles információkkal lássuk el őket és hagyjuk, hogy véleményüket kifejezzék. Ezzel, hogy kifejtették a véleményüket több fogyasztót tudnak ösztönözni a termék megvásárlására vagy szolgáltatás igénybevételére (BRÁVÁCZ, 2015).

SAS (2012) szerint a digitális kultúra hatalmas változásokon esett át az elmúlt egy évtized során. Hazai szinten nézve az elmúlt időszakban komoly mértékben javult a magyarországi internetpenetráció, de még nem teljesedett ki. 2020 január elsején a legfrissebb adatok szerint a hazai 15-69 éves lakosság 87%-a legalább havonta egyszer meglátogatja a világhálót, amely szerint 6.175.500 fő internetezik hazánkba (NRC, 2020). A magyar lakosság többsége egészségtudatosságban még alacsony szinten van, de egyre többen vannak már azok a lakosok, akiket megfelelő információ birtokában egészségtudatosnak lehessen hívni (MEDICALONLINE.HU, 2010).

Nem utolsó sorban szeretnék említést ejteni a viselhető technológiáról is. Tényleg ebben rejlik a technológia jövője? A válasz igen. A viselhető technológia területén történt új fejlesztések révén egyre több lehetőség jelenik meg az egészségügyi szektorban is. Ebben a felgyorsult világban azért is vált ennyire népszerűvé például egy okosóra, mert az embereknek egyre kevesebb idejük van a saját egészségükre odafigyelni, ez az apró készülék pedig legalább ellenőrzi a felhasználó testét és jelez, ha tényleg baj van vagy nyomást gyakorol a felhasználójára, hogy vezesse be a mindennapi mozgást életébe, egyszóval csak pozitív dolgokat kaphat ettől az apró készüléktől (IOTZÓNA, 2018; KOVÁCS, 2019).

Az elmúlt években, teljesen összerosódott az a kép, mit is jelent pontosan egy aktivitásimérő, egy okos – és egy sportosóra. Röviden jellemzem, hogy az aktivitásmérő többnyire a megtett lépések számát és az út hosszát, az elégetett kalóriát és hasonló adatokat tárolják el, illetve összegzi ezt a nap végén. Egy okosóra alapvetően attól okos, hogy a rendszere nem teljesen zárt, hanem applikációkat telepíthetünk rá. A sportórák fő feladata, hogy minél több paramétert adjanak vissza a sporttevékenységeinkről. Pulzusmérés, légzés ütemének kijelzése, aerob-anaerob állapotok rögzítése, lépéstávolság – maximális oxigénfelvétel terhelés hatására -, pihenési ciklus, útvonal rajz, szegmensek statisztikái és még ezer másik funkciót várhatunk el ezektől az eszközöktől (DIVATECH.HU, 2017)

ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásom elméleti hátterét releváns szakirodalmi áttekintésre építettem. A szekunder kutatásban az online fogyasztói és vásárlói magatartás folyamatát térképeztem fel. Különös hangsúlyt fektetve az online fogyasztó attitűdjeinek megismerésére és az okostelefon használati szokások felmérésére. Az elemzéseknél törekedtem az aktuális és legfrissebb adatok használatára. Jelen cikkben a terjedelmi korlátoknak köszönhetően csak a legfontosabb forrásokat szerepeltettem.

A primer kutatásom egy kérdőívben valósult meg, amit online platformon – azaz különböző egyetemi Facebook csoportokban – egyetemistákkal tölttettem ki. Kritériumok között szerepelt, hogy egyetemi hallgató legyen. A kérdőív mintanagysága 314 fő lett. Egy- és több válaszlehetőség, rövid kifejtős, 1-5-ig terjedő skálás kérdésekből állítottam össze a kérdőívet. Az elején kezdtem az általános kérdések feltevésével, mint például mennyi időt tölt el internetezéssel naponta. Aztán a táplálkozással kapcsolatos kérdésekkel folytattam utána jött a sportolással kapcsolatos kérdések, s majd végül az okosórák, s nem utolsósorban a háttérváltozókkal fejeztem be. A kitöltők többsége 71,3% nő, az elemzésbe vont korosztály 18-52 éves korig terjed. Továbbá a válaszadók 72,3% alapképzésen végzi tanulmányait. A válaszadók többsége a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán tanul és ezen belül is a kereskedelem és marketing szakon. A minta nem reprezentatív, így általános következtetések levonására nem ad lehetőséget. A kvantitatív kutatások eredményeit az SPSS 23.0 matematikai-statisztikai elemző szoftver segítségével értékeltem ki. Az elemzés során gyakorisági és számtani átlag számításokat végeztem, illetve a keresztátlás elemzések során χ^2 próbát hajtottam végre.

A kutatás fontos részét képezte egy olyan gyűjtemény megalkotása, amely magába foglalja az egészségtudatos életmóddal és ezen belül táplálkozással foglalkozó okostelefon alkalmazások kategóriák szerinti megfigyelését. Ehhez a Play Áruház és az App Store segítségét hívtam elő. Napokig kerestem a legjobb értékelést kapott alkalmazásokat különböző témakörökben, mint például otthoni edzéstervű appok, futós applikációk. Mindegyik kategóriában 3-3 alkalmazást választottam ki, amiknél a felhasználók véleményét vizsgáltam angol vagy magyar nyelven.

EREDMÉNYEK

A kérdőívemet 314 egyetemista töltötte ki. A kérdőívemből kiderül, hogy a megkérdezett egyetemisták 45,5% többnyire egészségtudatosnak gondolja magát. A kérdőívem három nagy kérdés egységre bontható, az első ilyen a táplálkozással kapcsolatos applikációra vonatkozott itt a válaszadók csupán 27%-a válaszolt igennel azzal kapcsolatban, hogy használ ilyen alkalmazást.

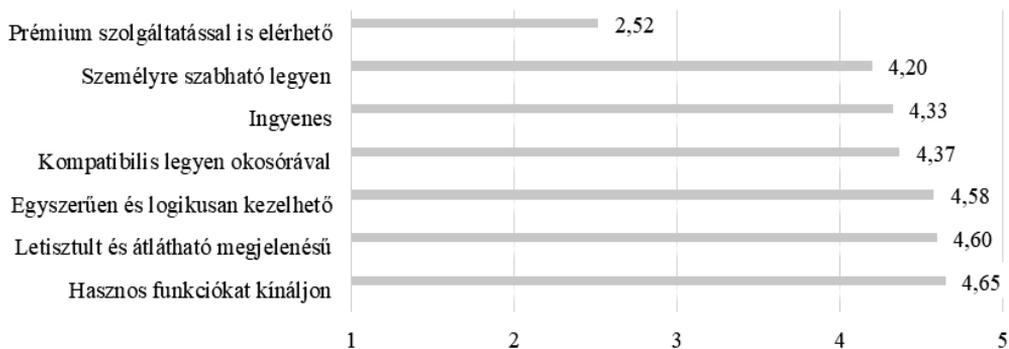
A következő a sportoláshoz kötődő applikációkra vonatkoztak itt már egy kicsit pozitívabb eredményt kaptam, mivel 49% válaszolta azt, hogy használt ilyen típusú appot.

Az utolsó nagyobb kérdéskör pedig arról szólt, hogy milyen típusú okosórát használ. Itt a kitöltők mindössze 19,1% használt már okosórát. RÁTHONYI et al. (2019) az egyetemi hallgatók körében végzett kutatásából kiderül, hogy aki nem használ okosórát annak az oka legtöbbször az eszköz ára. Továbbá az egyetemistákat zavarja, hogy kényelmetlen az okosóra mindennapi használata, illetve sokan kevésbé tartják pontosnak ezeket az eszközöket. Jelenlegi információk szerint a jövő egészségügye a viselhető technológiába rejlik így elképzelhető, hogy az előbbi arányszám pár éven belül már sokkal nagyobb lesz. A kérdőívem arra is kiterjedt, hogy felmérjem melyek a legnépszerűbb okosórák. Az első helyen (25%) Xiaomi vezet, majd ezt követi (21,7%) az Apple Watch majd (18%) a Samsung, megemlítésre méltó még a Huawei a Polar és Garmin. Ahogy már említettem és a kapott eredmény is mutatja, hogy az emberek többsége nincs tisztába az okos- és sportórák és az aktivitásmérő órák közötti különbséggel, tehát ez az eredményeimben is megmutatkozott.

Mivel a megkérdezés éppen a koronavírus-járvány időszakra esett, így némi eltérést mutathat a kapott eredményem, amely szerint az egyetemisták 48,7% több mint 5 órát tölt el napi szinten internetezéssel. Azt is érdekesnek találom, hogy napi szinten az egyetemisták 74,2% 1 és 5 darab különböző alkalmazást használ egyszerre. Az egyetemisták 29% heti 3-4 alkalommal végez testmozgást és ezt is leginkább 45,5%-a délután teszi meg. RÁTHONYI et al. (2019) szerint az egyetemisták többsége rendszeresen sportol, mivel 555 fő 18 és 34 év közötti válaszadóból 65,4% vélekedett így. Arra a kérdésre, hogy melyik időszak a legideálisabb az egyetemisták számára, az derül ki, hogy egyik sem opciót ennél a kérdésnél csak a nők jelölték meg. A délutáni időszak a legkedveltebb a nőknél, a férfiaknál pedig inkább esti testmozgás gyakoribb ($p \leq 0,05$). Statisztikai eredményeim alátámasztották, de tisztában vagyok vele, hogy a mintában túlnyomó részt nők jelentek meg, így a férfiak válaszai kevésbé relevánsak. Fontosnak találtam azt a kérdést feltenni, hogy akik használnak bármiféle applikációt, egyáltalán befolyásolja-e életvitelüket ez az eszköz. A válaszok megosztók voltak, hiszen csupán csak 52,3% érzi úgy, hogy befolyásolja egy alkalmazás az életvitelét. Érdekes információnak tartom megosztani, hogy a sportolással kapcsolatos alkalmazásoknál a válaszadók a legfontosabb funkcióként tartják számon az időtartamot, km számlálót, elégedett kalóriaszámlálót, tempó, pulzusmérő funkciókat.

A prémium szolgáltatásokra való előfizetés is kulcsfontosságú kérdés volt. Nem meglepő, hogy még mindig nagyobb százalékban több mint háromnegyed részben (82,4%) nem választ adták az egyetemisták és csupán csak (17,6%) válaszolt igennel és ők is csak 1000 Ft alatt fizetnének egészségük fenntartása érdekében egy applikációért.

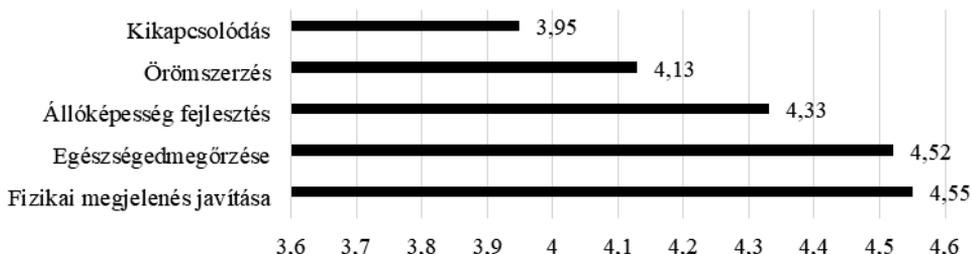
Az 1. ábrán a válaszadók egy ötfokozatú skála segítségével értékelték, melyek azok a funkciók, amik fontosak egy applikációban (1= egyáltalán nem fontos, 5= nagyon fontos). A válaszadók túlnyomó többségének nagyon sok fontos funkció van ilyen például a letisztult és átlátható legyen, egyszerű és logikusan kezelhető. A legkevésbé fontosabb funkció, hogy prémium szolgáltatással rendelkezzen, de ez az előbb említettek miatt érthető is, még mindig sokkal többen vannak azok, akik nem hajlandók fizetni prémium szolgáltatásért, hiszen úgy vélik, amit ingyenesen nyújt az app az teljesen kielégíti igényüket.



1. ábra: Az applikációkkal kapcsolatos legfontosabb funkciók, átlagérték (N=61)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

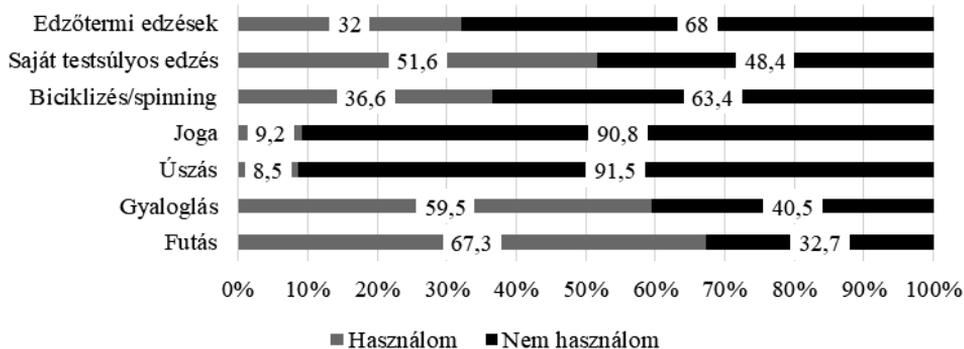
A 2. ábra is 1-5-ig terjedő skálán mért, ahol két szélsőértéket adtam meg (egyáltalán nem fontosat- és a nagyon fontosat). Az egyetemisták sok sportolásra ható motivációs tényezőt tartanak fontosnak. Kiemelkedő a fizikai megjelenés javítása és az egészségmegőrzése, ami fiatal korban az egyik legfontosabb cél lehet. Majd ezt követi az állóképesség fejlesztés és örömszerzés, majd végül a kikapcsolódás.



2. ábra: A sportolásra ható motivációs tényezők fontossága, átlagérték (N=61)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Az egyetemisták sportoláshoz való applikációkat, ahogy a 3. ábra mutatja, a leggyakrabban (67,3%) futáshoz használják, ezt követi az gyalogláshoz és a saját testsúlyos edzésekhez. A joga (90,8%) és az úszás (91,5%) az a két sportág, amihez applikációkat kevésbé használják vagy legalább is nagyon ritkán.



3. ábra: Sporttevékenységekhez használt vagy nem használt applikációk, százalék (N=154)

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Ahogy már előbb is említettem kutatásom során egy olyan gyűjteményt alkottam meg, ami segítséget nyújthat sok embernek eligazodni a mostani piacon lévő alkalmazások között. Mint az iOS mint az Androidnál szélesebb értelmezésű kategorizálások vannak megadva például életmód, ezért saját magam alakítottam ki néhány alkategóriát a talált alkalmazások jellegéből adódóan.

Az egyik csoportosításom az otthoni edzéstervhez kapcsolódó applikációk voltak. Ezek közül a három legnagyobb elégedettséggel lévő emelném ki. Az első ilyen a „30 day” applikáció, ami garantálja, hogy 30 nap elég ahhoz, hogy rászokj az egészséges életmódra. Az alkalmazásról úgy nyilatkoznak, hogy felhasználóbarát és nagy előnye, hogy ingyenes. Android és iOS rendszerekre is letölthető. „Weight Loss Fitness by Vera”, pont az ellentéte az előzőnek hiszen itt nincs időhöz kötve a garantált siker. Állítólag ingyenes, de sokan rejtett költségekre panaszkodtak. „8 fit workouts meal planner” is egy felhasználóbarát, jó applikációnak tartják, de sokan hiányolták az Apple Watch és Health integrációt.

Futáshoz való alkalmazások közül az egyik a „Runkeeper” App Storeból ingyenesen letölthető, hiányosságai között szerepel, hogy nehezen kommunikál az Apple Watch-al, de ezenkívül sok felhasználónak könnyen használható és internet nélkül is működik. A „Nike Run Club” ingyenes. Nagy előnye, hogy kompatibilis az Apple Watch órával. Tempó, távolság, pulzus

adatok tömkelegét kaphatjuk meg egy alkalmazással. Személyre szabott edzést is igénybe vehet a felhasználó. A futáshoz az egyik legnépszerűbb alkalmazás az „Adidas Runtastic”, itt 64 különböző sportból választhat a felhasználó, de az ingyenes verziónál a zavaró reklámok miatt sokan nem kedvelik.

Az utolsó csoportosításom a gyűjteményben a vízfogyasztással kapcsolatos applikációk voltak, három népszerű alkalmazást emelnék ki. Az egyik a „Hydro Coach”, a „Water Drink Reminder” és az „Aqualer”. Ugyanarra a sémára épül fel. Az eltérés csupán a grafikában és a színekben van.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A megkérdések alapján elmondható, hogy az egyetemisták többnyire egészségtudatosnak gondolják magukat. Az előző kutatások és a saját vizsgálatom eredményeinek összehasonlítása során jól látható, hogy a 2019. évi Európai lakossági felmérésből is kiderül, hogy egyre kevesebben tartják rossznak egészségügyi állapotukat. Egészségügyi állapotuk javulása érdekében kíváncsi voltam, hogy az egyetemisták milyen applikációkat használnak és melyek azok a funkciók, amiket kedvelnek. Kiderült, hogy nagyobb arányban használnak sportolással kapcsolatos appokat, mint táplálkozással kapcsolatosakat, de az sem elhanyagolható, hogy kevesen vannak azok, akik például okosórát viselnek. Azok, akik használnak okosórát, nagyon fontos opció, hogy egy alkalmazás kompatibilis legyen az okosórájukkal. Ahogy az előbb említettem többen vannak azok, akik sportolással kapcsolatos alkalmazással rendelkeznek, többségük heti többször is fordít időt egészségére és ehhez alkalmazásokat is használnak. Ennél a kérdésnél a nők és férfiak többsége is egyaránt a heti 3-4 alkalmat preferálja. Arra is választ kaptam, hogy mely időszak az, amit jobban preferálnak, nem meglepő eredményt kaptam, hiszen a reggeli és dél-előtti időszakot alig 20% jelölte meg a többi inkább a délutáni és az esti időszakot részesíti előnybe. A következő kérdés által azt is megtudtam, hogy futáshoz használnak a legtöbben alkalmazást és a legkevésbé használják jogához vagy úszásra. Manapság az egészséges életmód divattá is vált, de arra a kérdésre, hogy az applikációk befolyásolják-e életvitelüket az egyetemisták számára még mindig megosztó, csupán csak 52,3% érzi, úgy, hogy igen.

A következő részben kiderült, hogy az egyetemisták többsége inkább az ingyenes applikációnál marad, mivel úgy érzi, az is teljesen kielégíti igényeit. A kitöltők kevesebb, mint egy negyed része mutat hajlandóságot fizetős applikációkra. Ez érthető is, hiszen manapság nagyon sok applikáció van a piacon, amik többsége ingyenes és tényleg felesleges lenne nekik fizetni, de aki hajlandóságot is mutatna, azoknak a többsége csupán 1000 Ft alatt sem költene egy alkalmazásra. A prémium szolgáltatással is hasonló a helyzet, de itt már a válaszadók több mint egy negyed része fizetne elő ilyen szolgáltatásra.

Magyarországon jelenleg minden tizedik felnőtt lakos hord okosórát. Az elmúlt egy évben a 18 évnél idősebb internetezőknél is már több, mint fele használt okosórát. Az okosórát használóknál a legelterjedtebbek, mint a Huawei Watch, a Samsung Watch és az Apple Watch. Ez visszatükröződik a legelterjedtebb okostelefonos alkalmazások használatában is, a legtöbben a Huawei Health, Samsung Health, Nike+ és Runkeeper alkalmazásokat használják (ENET, 2018).

A saját kutatásom és az előzőleg bemutatott eNet-es kutatás számos hasonlóságot mutatott. A válaszadóim legnépszerűbb okosóra típusai a Xiaomi és az Apple Watch és a legkedveltebb applikációi a Huawei Health, a Nike Run, a Samsung Health, az Adidas Running és a Runkeeper. A legtöbb negatív vélemény abból adódik, hogy nem kompatibilisek okosórával vagy kevésbé felhasználóbarátak. Fontosnak tartják az egyetemisták, hogy egy alkalmazás számos funkciót kínáljon, letisztult és átlátható megjelenése legyen, egyszerű és logikusan használható, ingyenes legyen, személyre szabható és kompatibilis legyen az okosórájukkal. Nem meglepő, hiszen fiatalok körében kérdeztem, hogy a legfontosabb motivációs tényezőként a

fizikai megjelenés javítását és az egészség megőrzését tartják. A kitöltők szinte mindegyike a motiváló hatás miatt használ táplálkozással kapcsolatos applikációkat, majd ezt követi három szorosan összefüggő tényező az egészségügyi állapot javítás, a fogyókúra és hasznos tanácsok és végül elenyésző számban használják ezeket az applikációkat a tömegnövelés és az influenzazerek ajánlása miatt.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BRÁVÁ CZ I. (2015): Az élelmiszer fogyasztói magatartás két dimenziója: az egészség- és a környezettudatosság. Doktori értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő, pp. 1-183. (2) Divatech.hu (2017): Szubjektív: Aktivitásmérő, sportóra, okosóra? URL: <https://divatech.hu/2017/01/09/aktivitasmero-sportora-okosora/> (letöltve: 2020. 11. 03.) (3) eNet (2018): Egészségtudatosabbak az okosórák és okoskarkötők hazai használói URL: <https://enet.hu/hirek/egeszsegtudatosabbak-az-okosorak-es-okoskarkotok-hazai-hasznaloi/> (letöltve: 2020. 08. 12.) (4) eNet (2019): 5,3 millió okostelefon használó hazánkban URL: <https://enet.hu/hirek/53-millio-okostelefon-hasznalo-hazankban/> (letöltve: 2020. 08. 12.) (5) GAÁL B. (1998): Milyen lesz a XXI. század elejének élelmiszerfogyasztása? Marketing & Menedzsment. 4. évf. pp. 51-55. (6) IoTZóna (2018): A viselhető technológia a jövő egészségügyében? URL: <https://iotzona.hu/egeszseg/a-viselhető-technológia-jelenti-az-egeszsegügy-jovojet/> (letöltve: 2020.02.22) (7) KOVÁ CS T. (2019): Debrecen város és a környező települések lakóinak egészségügyi alkalmazások használati szokásai. In: Rezümé kötet. „Interdiszciplinaritás a régió kutatásban IX.” Nemzetközi tudományos konferencia és „A jog tudománya, a mindennapok joga III.” Tudományos konferencia, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Debrecen, p. 27. (8) KSH (2020): Tehetünk egészségünkért URL: https://www.ksh.hu/apps/shop.kiadvany?p_kiadvany_id=1057181&p_temakor_kod=KSH&p_lang=HU (letöltve: 2020. 08. 12.) (9) LAJOS A. (2005): Az egészségtudatosság sajátos vonásai a 14-18 éves korosztályban, különös tekintettel az élelmiszerfogyasztásra, PhD-disszertáció, Szent István Egyetem. (10) Millward Brown Healthcare (2010): Fókuszban az egészségtudatosság: merre tartunk? Letöltve: 2020. 11. 11., <http://www.medicalonline.hu> (letöltve: 2020. 08. 12.) (11) NRC (2020): 87% internetező hazánkban URL: <https://nrc.hu/news/internetpenetracio-2/> (letöltve: 2020.07.03.) (12) RÁTHONYI G – RÁTHONYI-ÓDOR K – BENDIKOVA E. – BÁCSNÉ BÁBA É. (2019): Wearable Activity Trackers Usage among University Students. European Journal of Contemporary Education. 8: 3 p. 600-612. (13) SAS I. (2012): Reklám és pszichológia a webkorszakban. Kommunikációs Akadémia, Budapest, 402 p.

SZERZŐ:

Hugyecz Mirtill

Kereskedelem és Marketing BSc hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
hugyecz.mirtill@gmail.com

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

A DEBRECENI FIATALOK EGÉSZSÉGÉRE HATÓ TÉNYEZŐK VIZSGÁLATA A SPORTOLÁS TÜKRÉBEN

INVESTIGATION OF THE FACTORS INFLUENCING THE HEALTH OF YOUNG PEOPLE IN DEBRECEN IN CONNECTION WITH SPORT

Kanyó Krisztina Zsófia, Pfau Christa Sára

ÖSSZEFOGLALÁS

Napjainkban az egészséges életmód és a sport elterjedt fogalomként vannak jelen a köztudatban. Ahogy a fizikai egészség meglétéhez, úgy a mentális egészség megőrzéséhez, javításához is elengedhetetlen az emberek életében a fizikai aktivitás, a sport. Jelentős szerepe van a betegségek kialakulásának csökkentésében, s a mentális megbetegedések arányát is képeses csökkenteni (XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA, 2007). Manapság, kiemelt tekintettel Magyarországon rengeteg mentális betegséggel küzdő fiatal él (KSH, 2018). Kutatásunk célcsoportja a debreceni fiatal felnőttek népességére terjed ki, azon belül a 17-30 éves korosztályt célozza meg. Vizsgálatunk során a sport, a debreceni fiatal népesség egészségére gyakorolt hatásait elemezzük. Tanulmányunkban a célcsoport általános egészségügyi állapotával, közérzetével, hangulatával kapcsolatos vizsgálatokat mutatjuk be. A kutatásunk primer és szekunder kutatásból épül fel. Az eredmények alapján megállapítottuk, hogy a megkérdezett debreceni fiatal felnőttek fizikai értelemben vett egészségét, közérzetét, hangulatát a sportolói életvitel pozitív irányba befolyásolja. A megkérdezés során a sporttevékenységet nem végző egyének rosszabb arányokat produkáltak, amikor az egészségügyi állapotukkal, hangulatukkal és közérzetükkel kapcsolatos tapasztalataikat vizsgáltuk. A vizsgált célcsoport eredményei alapján megállapítható, hogy a sport pozitív hatással van a mentális egészségre.

Kulcsszavak: sportolási szokások, lelki jólét, fizikai egészség, egészség, sport

ABSTRACT

Nowadays, healthy lifestyles and sports are present in the public consciousness as a widespread concept. Just as physical activity and sport are essential for the existence of physical health, so for the preservation and improvement of mental health in people's lives. It plays a significant role in reducing the development of diseases and can also reduce the rate of mental illness (XXI. NATIONAL SPORT STRATEGY, 2007). Today, with a special focus on Hungary, there are many young people with mental illness (KSH, 2018). The target group of our research covers the population of young adults in Debrecen, within it the 17-30 age group. In our study, we analyze the effects of sport on the health of the young population in Debrecen. In our study, we present studies related to the general health status, well-being and mood of the target group. Our research consists of primary and secondary research. Based on the results, we found that the physical health, well-being and mood of the interviewed young adults in Debrecen are positively influenced by the athlete's lifestyle. In the survey, individuals who did not engage in sports activities produced worse rates when we examined their experiences with their health status, mood, and well-being. Based on the results of the examined target group, it can be stated that sport has a positive effect on mental health.

Keywords: mental health, sport, wellbeing, physical health

BEVEZETÉS

Az egészséges életmód, mint fogalom, az elmúlt években előtérbe került, mely magába foglalja az optimális közérzet, hangulat meglétét is. Több kutatás során is bebizonyosodott a tény, hogy a rendszeres testedzés, a sport pozitívan hat az egyének testi és lelki egészségére. Továbbá

jelentős szerepet játszik a fizikai eredetű megbetegedések kockázatának csökkentésében, és nagymértékben hozzájárul a mentális egészség megőrzéséhez, jobbra tételéhez. Az utóbbi évek statisztikái alapján jelen van a köztudatban, hogy Magyarországon rengeteg mentális betegséggel küzdő fiatal él (KSH, 2018).

Kutatásunk során a jövő nemzedékének mentális egészségét vizsgáljuk. A kérdés, amelyre választ szeretnénk találni, hogy a sportoló egyének valóban jobb egészségügyi állapotnak örvendenek-e, ezen belül mentálisan egészségesebbek-e a sporttevékenységet nem végző társaiknál. A vizsgálat fókuszában a népesség általános egészségügyi állapota, közérzete, hangulata szerepel. A kapott válaszokat vizsgálva, elsősorban a népesség sportolási szokásait állítjuk párhuzamba a mentális tényezőkkel, az összefüggések feltárása érdekében. Amennyiben kutatásunk eredményeinek tekintetében bebizonyosodik, hogy a sportolók egészségesebbek, nyilvánvalóvá válik, hogy a sport pozitívan hat az egészségre, így jobb közérzetűek és hangulatúak a sportoló vizsgált fiatalok.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az egészség fogalmának meghatározása, azért fontos, mert a vizsgálat során több erre irányuló kérdés is fellelhető, valamint foglalkozunk az egészségügyi állapot mértékével a sportolási gyakoriság függvényében. Megítélésünk szerint az egészség fogalmát legjobban az Egészségügyi Világszervezet határozta meg. Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) által meghatározott definíció szerint: „Az egészség nem csupán a betegség vagy fogyatékosság hiánya, hanem a teljes testi, lelki és szociális jólét állapota (AMBRUS – VARSÁNYI, 2011, p.233).”

Az egészség egy másik megközelítése szerint, egyfajta fizikális és mentális egyensúlyt határoz meg, amely segítségével az ember hatékonyan képes eleget tenni azon társadalmi szerepeknek, amelyeket környezete elvár tőle. Az alábbi definíció alapján az egészség egyfajta hozzáállásként értelmezhető, mely magába foglalja az egyén képességeit és törekvéseit a változó körülményekhez való alkalmazkodásban. Másrészt olyan tényezők együttese, melyek hozzájárulnak ahhoz, hogy a személy kihasználhassa maximálisan az energiáját, erejét (PARSONS, 1972; PÁL et al., 2005).

Tringer László is foglalkozott az egészség fogalmának meghatározásával. Véleménye szerint, az egészség egy olyan státusz, melyet a biológiai teljesség, produktivitás, egyéni értékek, többféle társadalmi szerep betöltése, megbetegedés és halál kockázataitól való mentesség, továbbá különböző forrásokból eredő stresszrel való megbirkózás és jólét érzése jellemez (TRINGER, 2002).

A hangulat és a közérzet fogalmát gyakran szinonimaként használják. Míg a hangulat inkább az egyén érzelmi állapotát tükrözi, addig a közérzet fogalmi meghatározásában az egészség is megjelenik, mint befolyásoló tényező. Úgy gondoljuk, a két fogalom szoros kapcsolatban állnak egymással, függenek egymástól. Amikor valaki rosszul érzi magát, gondolhatunk az aktuális lelki, és egyben fizikai állapotára is. Ismert az általam már korábban kifejtett tény, hogy a mentális eredetű problémáknak, számos esetben fizikai állapotunkra kifejtett hatása is van. Ahogy azt említettük, a hangulat inkább lelki (mentális) eredetű, a közérzet pedig inkább a testünk állapotáról ad képet, ebből adódóan a közérzet függ a hangulatunktól, ahogyan ez fordítva is igaznak bizonyul (HUBINA, 2017).

A hangulat fogalmának legátfogóbb értelmezése véleményünk szerint JUHÁSZ és TAKÁCS (2007) megfogalmazásában a legpontosabb. A hangulat, az egyén emocionális közérzetét, általános érzelmi állapotát prezentálja, valamint sokszínűvé teszi az ember viselkedésmódját, attitűdjét, élményeit. Az ember egy bizonyos szintig képes uralkodni kedélyén, képes a külső ingerek szeparálására és belső formálására. A hangulat időtartama hosszú távú, mindent átható, egy olyan változó állapot, mely pillanatoktól napokig eltarthat. Funkcióját tekintve fenntartja, ösztönzi, elősegíti és szabályozza az aktív kapcsolatot a környezettel (JUHÁSZ – TAKÁCS, 2007).

Ábrahám fogalmi meghatározása magába foglalja mindazt, amit tudni kell a közérzetről. A közérzet nem más, mint az egyén belső státuszáról keletkezett érzetek még nem felismert, folyamatosan változó összessége. A megfelelő közérzet megalkotásában az egészségnek és a pozitív társas kapcsolatoknak van a legjelentősebb funkciója. A legalapvetőbb közérzetjavító cselekvésnek a sportolást tartják (ÁBRAHÁM, 2016).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatásunk primer és szekunder kutatásból épül fel. A szekunder kutatás során célunk az általunk választott témával összefüggésbe hozható hazai és nemzetközi szakirodalmi művek elemzése, információk gyűjtése, kutatásunkkal egyidejű összegzése.

A vizsgálat során, primer eljárásként, kérdőíves felmérést választottunk, melynek segítségével a kutatás keretén belül a témára fókuszált kérdések segítségével információt gyűjtöttünk, majd következtetéseket vontunk le. A kikérdezést a célcsoport véleményének, tapasztalatainak feltérképezésére, majd összehasonlítására használtuk. A kérdőíves megkérdezés során mind papír alapon, mind online felületen nyújtottunk lehetőséget azok kitöltésére. A papír alapú kikérdezés előnye, hogy felügyelt keretek között történik a kikérdezés, ezáltal biztosítjuk, hogy minden megkérdezett válaszoljon a feltett kérdésekre, viszont személyes jelenléte igényel, mely során kevesebb fiatalhoz tudjuk eljuttatni. Az anonim, önkéntes alapos működő online kérdőívzés előnye, hogy mivel névtelenül történik a megkérdezés, ezért feltételezhető, hogy őszintén válaszolnak a kérdésekre. Negatívuma, hogy a sportban nem érdekelt fiatalok nem feltétlenül töltik ki a kérdőívet, vagy nem fordítanak kellő figyelmet rá. Továbbá az önálló kitöltés során előfordulhat a kérdések félre értelmezése, mely következtében torzul a minta (KONTRA, 2011).

Kérdőívünket összesen 331 debreceni fiatal töltötte ki. Kutatásunk célcsoportja a debreceni fiatal felnőttek népességére terjed ki, azon belül a 17-30 éves korosztályra fókuszál. A célcsoportnak először online felületen tettük elérhetővé az önkéntes kérdőívet, melynek kitöltésére 2019. november 28-tól december 30-ig volt lehetőségük. Ebben az időintervallumban 197 db kitöltés került be a Google Kérdőív rendszerébe.

Annak érdekében, hogy növeljük a válaszok számát, a megkérdezést papír alapon folytattuk, 2020. január 6. és február 21. között, így újabb 134 db válasz érkezett, melyeknek az online felületre való bevitelét is elkészítettük.

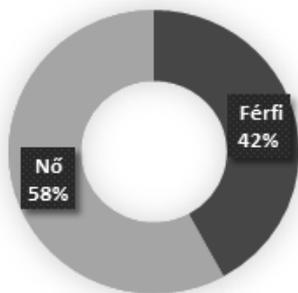
A kérdőívet 4 fő egység alkotta. A megkérdezés során a főbb kategóriák a megkérdezettek demográfiai adataira, sportolási szokásaikra, egészségügyi állapotukra, közérzetüknek, hangulatuknak felmérésre irányultak. A megkérdezés során 4-es és 7-es Likert skálát, valamint feleletválasztós kérdéseket alkalmaztunk.

Az összesen 331 kitöltést először a Google Kérdőív-nél létrehozott diagramokon keresztül vizsgáltuk. A kutatásunk során összegyűjtött adatok elemzése során leíró statisztikát alkalmaztunk. A leíró statisztikai elemzés során a két, leggyakrabban alkalmazott programot használtuk: a Microsoft Excelt és az SPSS-t, ami lehetővé teszi az adatbázisok produktív és gyors alkalmazását (CSALLNER, 2015).

Az SPSS-ben kapott eredményeket Microsoft Excel segítségével kör, oszlop és vonaldiagramokat, valamint táblázatokat hoztunk létre.

EREDMÉNYEK

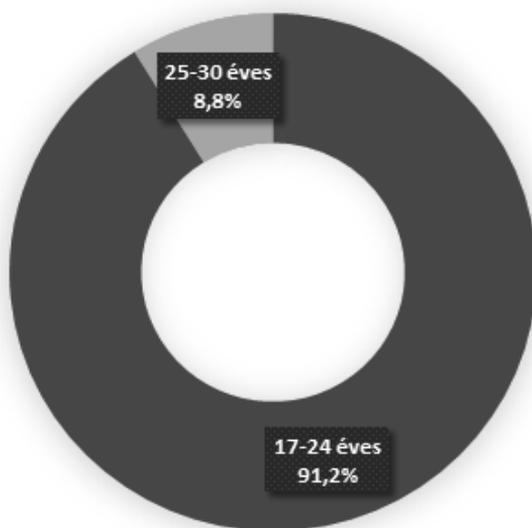
Az első kérdéscsoport, mely a kitöltők demográfiai adataira irányul, a közöttük lévő nemi eloszlást vizsgálja (*I. ábra*). Felmérésben 331 fiatal vett részt, melyből 139 férfi (42%) és 192 női (58%) válaszadó volt, amely azt mutatja, hogy több nő nemű fiatal töltötte ki a kérdőívet, mint férfi.



1. ábra: **Férfi és női kitöltők aránya (%)**

Forrás: Saját számítás a vizsgált célcsoport adatai alapján

Külön kérdésben vizsgáltuk a résztvevők életkorát (2. ábra). A kérdőívet a 17-30 éves korosztályhoz juttattuk el, csak az ő válaszaikat dolgoztuk fel. A vizsgált fiatal korosztályt két csoportra osztottuk, ahol az egyik populáció tagjai a 17-24 évesek, a másiké pedig 25-30 évesek voltak. A többség (91,2%), a fiatalabb kategóriába tartozik, esetükben 302 főt jelent a válaszadók száma. Az idősebb korcsoportot tekintve jelentősebb kisebb arányt (8,8%) prezentál a 2. ábra, hiszen csupán 29 válasz érkezett általuk.



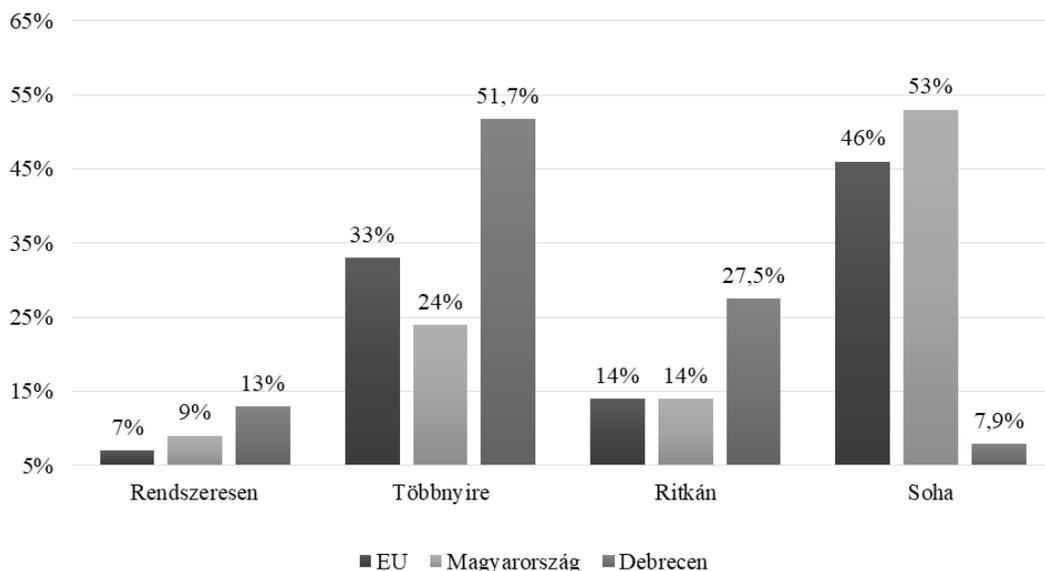
2. ábra: **Korosztály szerinti megoszlás (%)**

Forrás: Saját számítás a vizsgált célcsoport adatai alapján

A következő kérdéscsoportban a sportolási gyakoriságot mértük fel, mely kérdés alapjául az Eurobarometer szolgált, (EUROBAROMETER, 2018) s ennek következtében 4 válaszlehetőséget határoztunk meg: rendszeresen (legalább ötször egy héten), többnyire (1-4 alkalommal egy héten), ritkán (legfeljebb 3, vagy kevesebb alkalommal havonta), soha.

Vizsgálatunkat összehasonlítottuk az Eurobarometer adataival, mivel érdekelt bennünket, hogy a vizsgált fiatalok sportolási szokásai mennyiben térnek el a Magyarországon és Európában élő teljes felnőtt lakossághoz képest. A sporttevékenységet végzők közé soroljuk azokat a személyeket, akik rendszeresen (legalább 5-ször egy héten), vagy többnyire (1-4 alkalommal

hetente) sportolnak. A debreceni fiatalok kiemelkedően sokan sportolnak (64,7%), míg a magyar lakosság csupán 33%-a mondhatja el magáról ugyanezt, amely érték viszont az EU átlag (40%) alatt van.



3. ábra: Sportolási gyakoriság vizsgálata, Európában és Magyarországon a felnőtt, Debrecenben a fiatal felnőtt lakosság tekintetében (%)

Forrás: Saját vizsgálat az Eurobarometer adatok alapján

Azok, akik ritkán (legfeljebb 3, vagy kevesebb alkalommal havonta), vagy soha nem végeznek szervezett keretek között fizikai aktivitást, a nem sportolók csoportjába tartoznak. Ezt a tényezőt figyelembe véve az ábráról leolvasható (3. ábra), hogy a Hajdú Bihar megyeszékhelyének vizsgált fiatal népessége ebben is kimagasló arányt (35,4%) mutat, pozitív értelemben. Az Eurobarometer az Európai Unió tagállamainál vizsgálta, hogy milyen arányban adtak „soha” választ a sportolási gyakoriságra irányuló kérdés során. Az EU-ban ez a középérték 60% (17. hely), melyhez képest sajnos Magyarország 67%-kal a 10. helyen van a megkérdezett 29 országból.

A vizsgálat során külön fókuszáltunk a válaszadók egészségügyi állapot és sportolási gyakoriság közötti összefüggések feltárására.

Összességében megállapítható, (1. táblázat) hogy a vizsgált sportoló fiatalok népességét tekintve, az 5-6-7-es fokozatot 78,9%-os arányban választották, ami arra utal, hogy inkább elégedettek az egészségügyi állapotuk mértékével. A skála ugyanezen fokozatait a nem sportoló fiatalok 47,9%-ban jelölték. Ez alapján kijelenthetjük, hogy azok a debreceni fiatal felnőttek, akik sporttevékenységet végeznek, bevallásuk alapján 31%-kal jobban meg vannak elégedve az általános egészségügyi állapotukkal, mint a soha, vagy ritkán fizikai aktivitást végző populáció tagjai.

Az állítás, miszerint a sport pozitívan befolyásolja az egyén egészségügyi állapotát, széles körben elfogadott tényként van jelen a köztudatban (PAÁR, 2011). Bebizonyosodott, hogy az általunk megkérdezett, sporttevékenységet végző fiataloknak jobb az egészségügyi állapotuk, mint a sporttevékenységet nem végző egyének. Míg a sportolók 78,9%-a addig a sporttevékenységet nem végzők 47,9%-a rendelkezik jó egészségügyi állapottal bevallásuk alapján.

1. táblázat: **Egészségügyi állapottal való elégedettség vizsgálata a sportolási gyakoriságot tekintve**

	Sportolási gyakoriság (%)				
	Fokozat	Sportol		Nem sportol	
		Legalább öt-ször egy héten	1-4 alkalommal egy héten	Legfeljebb 3 vagy kevesebb alkalommal havonta	Soha
Egészségügyi állapottal való elégedettség (%)	1	0,0	0,0	0,9	2,6
	2	0,0	1,4	4,3	1,7
	3	0,0	6,5	8,5	4,3
	4	0,5	12,6	22,2	7,7
	5	6,5	29,0	23,1	1,7
	6	9,3	23,4	15,4	1,7
	7	3,7	7,0	3,4	2,6
	Összesen (%)	78,9		47,9	

Forrás: Saját számítás a vizsgált célcsoport adatai alapján

Vizsgáltuk továbbá a kapott válaszokat a sportolási gyakoriság és közérzettel, hangulattal való elégedettség tükrében (2. táblázat). A táblázatban szereplő adatok alapján látható, hogy a sporttevékenységet végző debreceni fiatalok közül (akik a teljes minta 64,7%-át teszik ki), 65%-uk volt megelégedve közérzetükkel és hangulatukkal az elmúlt 2 hónapban, mivel ilyen arányban jelölték az 5-6-7-es fokozatokat a válaszaik során (1-7 skála). A nem sportoló fiatal felnőttek ezzel ellentétbe, 21,5%-kal kevesebben, azaz 43,5%-os arányban választották ezeket a fokozatokat.

2. táblázat: **Közérzettel, hangulattal való elégedettség vizsgálata a sportolási gyakoriság alapján**

	Sportolási gyakoriság (%)				
	Fokozat	Sportol		Nem sportol	
		Legalább öt-ször egy héten	1-4 alkalommal egy héten	Legfeljebb 3 vagy kevesebb alkalommal havonta	Soha
Közérzettel, hangulattal való elégedettség az elmúlt 2 hónapban (%)	1	0,0	1,9	4,3	1,7
	2	0,9	3,7	7,7	1,7
	3	1,4	12,1	13,7	5,1
	4	3,3	11,7	17,1	5,1
	5	6,5	24,8	17,1	1,7
	6	4,7	15,0	12,8	3,4
	7	3,3	10,7	5,1	3,4
	Összesen (%)	65,0		43,5	

Forrás: Saját számítás a vizsgált célcsoport adatai alapján

Napjainkban több vizsgálatot végeztek már a közérzet, hangulat vizsgálatával a sportolási gyakoriság tükrében. Ezen kutatások, valamint a saját vizsgálatunk alapján kijelenthető, hogy azon egyének csoportja, akik rendszeresen vagy többnyire rendszeresen sportolnak, jobb közérzetnek és hangulatnak örvendenek, mint a nem sportoló társaik. Ez az állítás széles körben elfogadott manapság (PAÁR, 2011; LACZKÓ, 2015; PETRIKA, 2012; SZÁNTÓ – BODA, 2016; JÓZSEF – ZSOLT, 2014).

Az eredmények fényében bebizonyosodott, hogy a megkérdezett, sporttevékenységet végző fiataloknak jobb közérzettel, hangulattal rendelkeznek, mint a nem sportolók. A sporttevékenységet végző populáció 65%-a, a nem sportolóknak pedig 43,5%-a vallotta be önkéntesen, hogy jó közérzetnek, hangulatnak volt birtokában az elmúlt 2 hónapban.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatásunk kiértékelése során választ kaptunk számos kérdésre, melyek a debreceni fiatalok egészségére, közérzetére vonatkoznak.

A vizsgálatból kiderült, hogy a megkérdezett sportolók jobb egészségügyi állapottal, közérzettel, hangulattal rendelkeznek, mint a sporttevékenységet nem folytatók. A nemeket tekintve, az eredmények bizonyítják, hogy a Debrecenben élő vizsgált férfiak nagyobb százaléka végez rendszeres vagy többnyire rendszeres jelleggel sporttevékenységet, mint az ott élő nők.

A kutatás eredményeinek tekintetében megállapíthatjuk, hogy a sport a fizikai és mentális egészség megőrzésén, javításán túl egy jobb élethez is hozzáegítheti az embereket. Amennyiben az társadalom tagjai nagyobb arányban végeznének sporttevékenységet, egy fizikai és mentális értelemben is egészségesebb és kiegyensúlyozottabb emberiséggel találánánk szemben magunkat. Ha nemzetünk népessége többet sportolna, csökkenthetnénk a mentális betegségeknek köszönhető fizikai megbetegedéseket, melyek sokszor halálos kimenetelűek.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) AMBRUS Z. – VARSÁNYI T. (2011): Az egészség és az életmód regionális különbségei. Területi statisztika. 51. évf. 3. sz. pp. 227-244. (2) ÁBRAHÁM J. (2016): Rekreációs kultúra a fogyasztói társadalomban. Doktori értekezés <http://real-phd.mtak.hu/465/19/%C3%A1brah%C3%A1mj%C3%BAlia.d.pdf>, (letöltve: 2020.04.01.) (2) ÁBRAHÁM J. (2016): Rekreációs kultúra a fogyasztói társadalomban. Doktori értekezés <http://real-phd.mtak.hu/465/19/%C3%A1brah%C3%A1mj%C3%BAlia.d.pdf>, letöltés dátuma: 2020.04.01. (3) CSALLNER A. E. (2015): Bevezetés az SPSS statisztikai programcsomag használatába. Szegedi Tudományegyetem, Juhász Gyula Pedagógusképző Kar, Szeged, 133 p. <http://eta.bibl.u-szeged.hu/1264/>, (letöltve: 2020.03.01.) (4) JUHÁSZ M. – TAKÁCS I. (2007): Pszichológia. Typotex Kiadó, Budapest, 220 p. ISBN: 978 963 2790 34 3. (5) KONTRA J. (2011): A pedagógiai kutatások módszertana. Kaposvári Egyetem, Kaposvár, 127 p. ISBN: 978 963 982 14 60. (6) KSH (2018): Statisztikai Tükör: Egészségi állapot és egészségmagatartás, 2016-2017 <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/egeszsegallapot1617.pdf>, letöltve: 2020.04.02.) (7) HUBINA E. (2017): A depresszió tünet is lehet. Oxygen Medical – Dr. Hubina Erika, endokrinológus. Webbeteg. <https://www.webbeteg.hu/cikkek/depresszio/15697/amikor-a-betegseg-tunete-a-depresszio> (letöltve: 2020.04.03.) (8) LACZKÓ T. (2015): Az egészségsport fogalma, céljai, keretei. pp. 11-20. In: Az egészségsport alapjai (Szerk. LACZKÓ T. – MELCZER CS.) Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi kar, Pécs, 200 p. ISBN: 978 963 642 96 83. (9) XXI. NEMZETI SPORTSTRATÉGIA, (2007): <http://kobanyasc.hu/docs/07sportstrategia.pdf>, (letöltve: 2020.04.03.) (10) PARSONS, T. (1972): Definitions of health and illness in the light of American values and social structure. In: JACO, E. – GARTLEY, E.: Patients, Physicians and Illness: A Sourcebook in Behavioural Science and Health, Collier-Macmillan, London. (11) PAÁR D. (2011): A sport által egészségfejlesztésgazdasági jelentősége. Egészségfejlesztés. LII. évf. 1-2. sz. (12) PÁL K. – CSÁSZÁR J. – HUSZÁR A – BOGNÁR J. (2005): A testnevelés szerepe az egészségtudatos magatartás kialakításában. Országos Közoktatási Intézet, Új Pedagógiai Szemle. 55. évf. 6. sz. pp. 25-32. (13) PETRIKA E. (2012): Rendszeres testedzés hatása a mentális egészségre és az életminőségre fiatal felnőtteknél: depresszív tünetek, stressz és stresszkezelés összefüggéseinek empirikus vizsgálata, Egyetemi doktori (PhD) értekezés, Debreceni Egyetem, Humán Tudományok Dokto-

ri Iskola (14) SPECIAL EUROBAROMETER 472 (2018): Sport and Physical Activity. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_412_en.pdf, (letöltve: 2020.03.02.) (15) SZÁNTÓ Á. – BODA E. (2016): Az egészségtudatosság és a sport. Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei (Új sorozat 43. köt.). Tanulmányok a sporttudományok köréből. Vizsgálatok a sporttudomány és az egészségturizmus területén= Acta Academiae Agriensis. Sectio Sport, 13-23. (16) TRINGER L. (2002): A mentális betegségek megelőzésének és ellátásának korszerű szemlélete. Orvostovábbképző Szemle, 9. sz. pp. 12-21.

SZERZŐK:

Kanyó Krisztina Zsófia

Sport- és rekreációs szervezés BSc-hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
kanyozsofi97@gmail.com

Dr. Pfau Christa Sára

adjunktus
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
pfau.christa@econ.unideb.hu

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

A SZABADIDŐSPORT HATÁSAI A DEBRECENI EGYETEMISTÁK SZEMÉLYISÉGÉRE ÉS EGÉSZSÉGTUDATOSSÁGÁRA

THE EFFECTS OF RECREATIONAL SPORT ON THE PERSONALITY AND HEALTH AWARENESS OF UNIVERSITY STUDENTS OF DEBRECEN

Mészáros János, Pfau Christa Sára

ÖSSZEFOGLALÁS

A mai modern világunk egyik súlyos problémája a fizikai inaktivitás, melyhez számos betegség és negatív következmény fűződik. Ez a probléma, mely az ember egészségi állapotára is hatást gyakorol, egyértelműen orvoslást igényel. Ennek az egyik lehetséges megoldása a szabadidőben üzött rendszeres fizikai aktivitás lehet, azon belül is a szabadidősport, mely a fizikai aktivitás egyik alappillére.

A szabadidősport hatásainak vizsgálata nagyon fontos, hiszen ez által megismerhetővé válnak az egyének sportolási szokásai, motivációi, illetve a sport egyre gyakorolt hatásai mind fizikai, mind pszichikai értelemben. Kutatásunk ezt felismerve igyekszik megfigyelni a Debreceni egyetemisták egészségtudatosságát, sportolási szokásait, szabadidős tevékenységeit, motivációs hátterüket, illetve a sport személyiségre gyakorolt hatásait.

Vizsgált célcsoportnak a Debreceni egyetem hallgatóit választottuk, hiszen egyrészt ez az a közösség, melynek tagjai a jövő generáció értelmiségi rétegét fogják képezni, ezáltal hatást gyakorolva a jövő nemzedék értékrendjére, gondolkodásmódjára (példamutatásra, magas döntéshozói pozíciók betöltésére). Másrészt, ha sikerül jobban megismerni a fiatalabb korosztályokat, akkor könnyebb megoldásokat találni a felmerülő problémára. Ezért is vizsgáltuk, hogy az egyetemisták miként gondolkodnak saját egészségükről, sportolási szokásaikról, illetve miként látják a sport pozitív, fejlesztő hatásait saját életükre vonatkoztatva.

Kulcsszavak: szabadidősport, egyetemi hallgatók, sportolási szokások, egészségtudatosság, személyiségi vonások

ABSTRACT

One of the serious problems of our modern world is physical inactivity, which has many diseases and negative consequences. This problem, which also affects a person's health, clearly needs to be remedied. One possible solution to this could be regular physical activity in leisure time, including leisure sports, which is one of the cornerstones of physical activity.

The study of the effects of recreational sports is very important, as it makes it possible to get to know the sports habits and motivations of individuals, as well as the effects of sports on the individual, both physically and mentally. Our research tries to observe the health awareness, sports habits, leisure activities, motivational backgrounds and the effects of sports on the personality of the students of Debrecen.

The students of the University of Debrecen were selected as our target group, whose members will form the intellectual layer of the next generation, thus influencing the values and way of thinking of the next generation. On the other hand, if you get to know the younger age groups better, it will be easier to find solutions to the problem that arises. This is why we interested in how students think about their own health, their sports habits, and how they see the positive, developmental effects of sport on their own lives.

Keywords: recreational sport, university students, sports habits, health awareness, personality traits

BEVEZETÉS

Napjainkban széles körben kutatják a fizikai aktivitás hatásait különböző szak- és tudományterületek, a sportolás valamennyi szintjén (élsport, versenysport, szabadidősport) és formájában (mozgástípus, terjedelem, intenzitás). A szabadidősport – mely a fizikai aktivitás egyik alappillére – fontosságát jól mutatja az a tény, hogy a Világ Egészségügyi Szervezet a fizikai inaktivitást a globális mortalitás rizikófaktora közé sorolja. Olyan tényezők mellett, mint a dohányzás, a magas vérnyomás, a cukorbetegség vagy az elhízás (WHO, 2010).

A történelem folyamán megváltozott ember hozzáállása, felfogása mind a munka, mind az egészség tekintetében tapasztalható. Hiszen a régi idők emberének a munka főleg fizikai aktivitást igénylő tevékenységet jelentett, míg a mai ember számára ez a fajta megközelítés átbillent a szellemi munka irányába, ami ugyancsak megterhelő, viszont látványosan kevesebb fizikai aktivitást igényel. Viszont az a mozgásmennyiség, ami a fizikai munkához párosult jelentősen lecsökkent (ülő-életmód), ezt az embernek más úton kell biztosítania. Ezzel párhuzamosan az egészség megtartása és visszaállítása felértékelődött (főleg a mozgásszegény életmód következményeként elveszített testi jóllét), hiszen mit ér az anyagi jólét, ha nem párosul hozzá egészség. Így egyre többen döbbennek rá, hogy az egyik legdrágábban megszerezhető és megtartható érték az egészség, melynek megtartásában az egyik leghatékonyabb eszköz lehet a sport. „Azt mondhatjuk, hogy napjainkra a sport kevesek kedvteléséből sokak szükségletévé vált”, melynek kielégítésére a szabadidősport tökéletesen megfelel (BORBÉLY – MÜLLER, 2008 p.4.).

Az alábbiak tartoznak a kutatás célkitűzései közé:

- Az egyetemi hallgatók sportolási szokásaik megismerése, melyeket szabadidejükben végeznek.
- A hallgatók egészségtudatos viselkedésének feltérképezése, kiemelve a sportot, mint lehetőséget szabadidejük eltöltésére.
- A szabadidősport, sportolási szokások és a hallgatók személyisége közötti kapcsolat vizsgálata.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásunk egyaránt tartalmaz primer és szekunder kutatást, melynek célja a témában való alaposabb információszerzés és adatgyűjtés volt. A szekunder kutatás részeként a témával foglalkozó szakirodalmi művek megismerése, elemzése, rövid összegzése volt az elsődleges cél, mely legfőképp nyomtatott forrásokból tevődik össze. A primer vizsgálatot a Debreceni Egyetemisták körében végeztük, legfőképp Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei hallgatók megkérdezésére került sor. A primer kutatás alapját kérdőíves megkérdezés adta, mely online felületen történt. Az adatok felvételezése 2019 októbere és 2019 decembere között zajlott. Az eredményeket összehasonlítottuk a témában folytatott kutatásokkal.

A témában megvalósított empirikus kutatás célja egyrészt az volt, hogy felmérje a Debreceni Egyetem hallgatóinak véleményét (saját egészségi állapotukról, sportolási szokásaikról, motivációjukról, sportról alkotott véleményükről) a szabadidőhöz kapcsolódóan, másrészt, hogy megvizsgálja, mit gondolnak a sport személyiségfejlesztő, egészségfejlesztő hatásairól.

A válaszadók 1-től 4-ig vagy 7-ig (1 – egyáltalán nem, 4/7 – teljes mértékben) terjedő skálán értékelték az egyes sportolási szokásaikat, motivációs hátterüket, szabadidejük felhasználást, illetve a sport személyiségre gyakorolt hatásait célzó kérdéseket. A kutatás alapsokaságát 178 egyéni vizsgálat teszi ki, melyet a kérdéssor lezárása után Microsoft Excel program segítségével összesítettük.

EREDMÉNYEK

Vizsgált személyek

A primer kutatásban összesen 178-an vettek részt, melyre a következők a jellemzők. Nemi bontás tekintetében közel azonos számú nő (52,2%) töltötte ki a kérdőívet, mint férfi (47,8%). Közel 8-szor annyi 17-24 év közötti személy (88,2%) vett részt a kutatásban, mint a másik kettő 25-30 év közötti (7,3%) és 30 év feletti (4,5%) kategóriákban összesen, amit a 1. táblázat is jól mutat.

1. táblázat: A kitöltők bemutatása (%) (N=178)

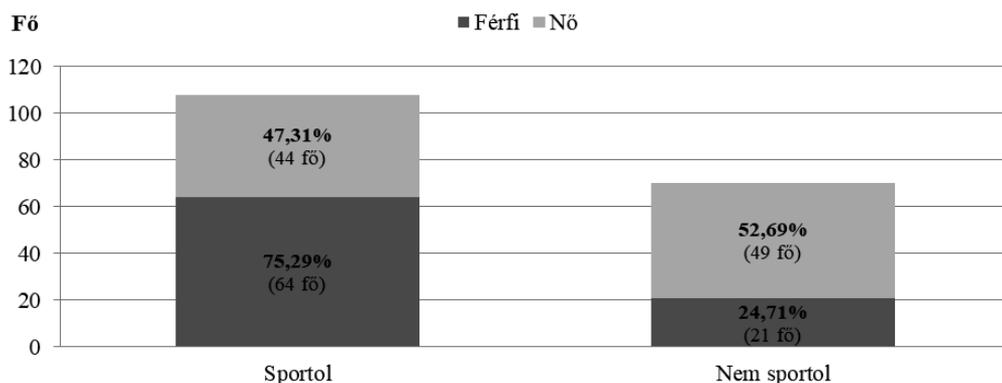
Nem (%)	Kor (%)	Állandó lakhely (%)	Képzési forma (%)	Munkarend (%)
Férfi 47,8	17-24 év közöttiek 88,2	Főváros 2,8	Bsc/BA 78,1	Nappali 94,9
Nő 52,2	25-30 év közöttiek 7,3	Megyeszékhely 43,8	Msc/MA 7,3	Levelezős 5,1
-	30 év felettek 4,5	Város 39,9	Osztatlan 14,6	-
-	-	Község, falu, tanya 13,5	-	-

Forrás: Saját kutatás, 2020

A vizsgált személyek állandó lakhelyét tekintve legfőképp a megyeszékhelyen (43,8%) és a városban (39,9%) lakók teszik ki, hiszen a fővárosból csupán 5 fő (2,8%), kisebb községekből, falvakból 24 fő (13,5%) töltötte ki a kérdőívet. Az utolsó két szempont alapján megállapítható, hogy jelentősen kiugró arányban szerepelnek a mintában alapszakos hallgatók (78,1%) képzési forma szerint, illetve nappali tagozatos hallgatók (94,9%) munkarend tekintetében. Ezek alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek jelentős része 17-24 év közötti, alapszakos nappali tagozatos egyetemista. Azoknak a száma, akire ez a 3 állítás egyszerre teljesül 126 fő, azaz a minta több mint 2/3-ára igaz ez a kijelentés.

A minta bontása sportolókra és nem sportolókra

A kutatás fő mozgatórugója a szabadidejében sportoló és nem sportoló hallgatók vizsgálata volt, melynek következtében össze lehet hasonlítani a két célcsoportot és így észlelhetővé válnak az egymástól való eltérések. Először is ehhez szét kell választani a megkérdezetteket sportolókra és nem sportolóra. Ezt a megoszlást az 1. ábra szemlélteti.



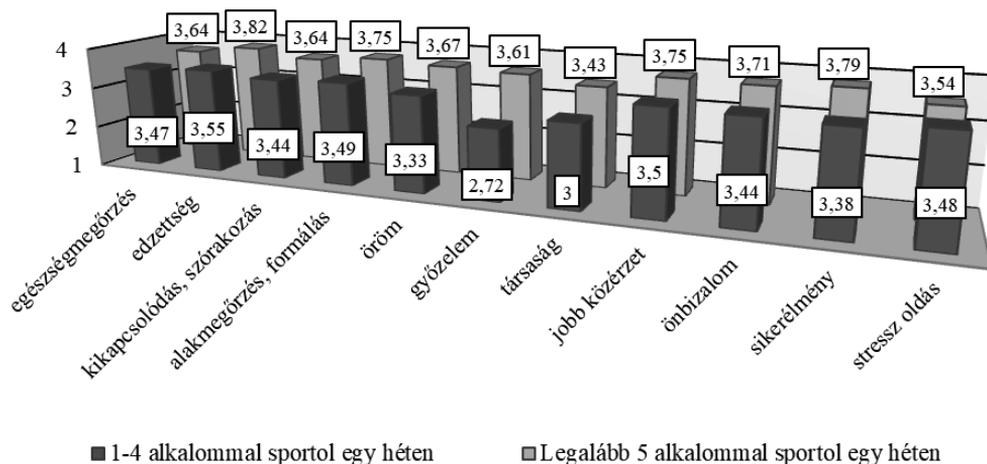
1. ábra: Sportol-e rendszeresen szabadidejében? (%) (N=178)

Forrás: Saját kutatás, 2020

Azok a kitöltők, akik szabadidejükben rendszeresen sportolnak, másfélszer többen vannak, mint a szabadidejükben nem sportolók. Az előbbi a megkérdezettek mintegy 61%-a (108 fő), az utóbbi azonban csak 70 fő, azaz a megkérdezettek 39%-a. Ezek az arányok jelentősen eltérnek az EUROBAROMETER (2018) adataitól, mely a teljes magyar lakosságot vizsgálja (a lakosság 53%-a soha, 14%-a csak néha sportol), viszont NEULINGER (2007) megállapítása érvényes, miszerint jelentősen nagyobb a sportolók aránya a fiatalok körében. Az eredmények hasonló százalékos arányt mutatnak felsőoktatásban végzett kutatásokkal (SZABÓ 2006, 2013; PFAU, 2017). Ezt még inkább alátámasztja PLUHÁR et al. (2003) szegedi vizsgálata (N=600), melyben fény derült, hogy a középiskolások 69,4%-a rendszeresen, 27,1%-a alkalmanként sportol, és csupán 3,5%-a nem sportol soha. Ellentétben egy másik Debreceni Egyetem hallgatói körében végzett kutatással, ahol a megkérdezetteknek jóval kisebb százaléka sportol szabadidejében (KOVÁCS, 2011).

Szabadidejükben rendszeresen sportolók

Azoknak az egyetemistáknak, akik rendszeresen sportolnak szabadidejükben, rendelkezniük kell egyfajta motivációval, ami segít leküzdeni azokat a rossz szokásokat (halogatás, lustaság stb.), amelyek akadályt jelentenének szabadidejük sportolással való eltöltésében. Gondolunk itt olyan indítékokra, mint az egészségmegőrzés, edzettség, kikapcsolódás stb. Ezeket a 2. ábra szemlélteti, melynek eredményeit egy négyfokú Likert-skála segítségével kaptuk.



2. ábra: **Mennyire befolyásolják az Ön sportolási szokásait az alábbiak? (N=108)**

Forrás: Saját kutatás, 2020

Kutatás során fontos szempont a sportolók összehasonlítása a nem sportolókkal szemben, viszont ebben a részben csak sportolók eredményeit ismertetjük. Ennek ellenére nagyon is kitűnik az eredményekből, hogy a rendszeres sportolás keretein belül is nagy eltérések fedezhetőek fel, hiszen a sport heti rendszerességgel való gyakorlásának intenzitására is hatással van az egyén motivációs hátterére. A vizsgálat rámutat, hogy a hetente legalább 5 alkalommal sportolók körében mind a 11 felsorolt tényező magasabb átlagértékelést kapott, mint 1-4 alkalommal sportolók körében. Ez is jól mutatja, hogy a motiváció nagysága és a sportolás gyakorisága összefüggésben állnak. A legmagasabb értéket az edzettség érte el mindkét oldalon (3,55; 3,82), viszont a második és harmadik helyeken más tényezők domináltak. A minimum 5 alkalommal sportolók körében a második jelentős tényező a sikerélmény volt ezután következett vállvetve az alakformálás és a jobb közérzet. A heti 1-4 alkalommal sportolóknál az edzettséget, az alakformálás és

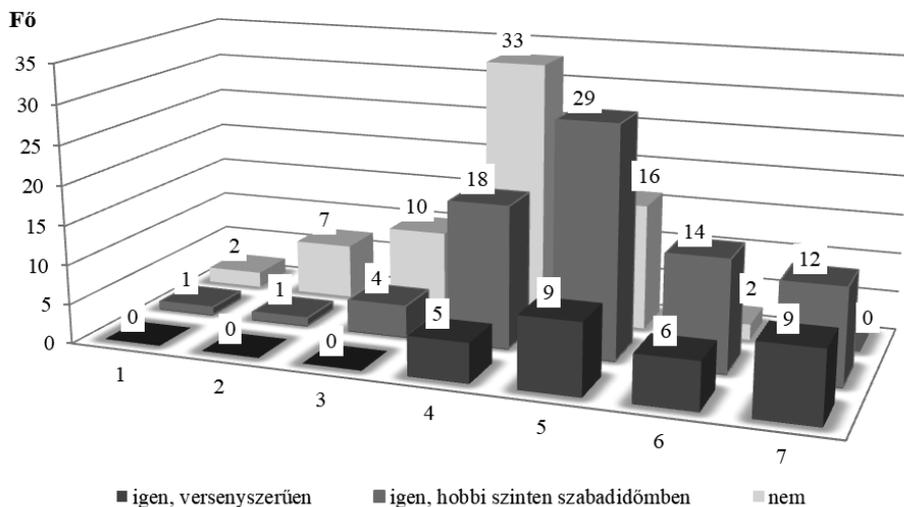
a stressz oldás követett szorosan. Ami érdekes, hogy az egészségmegőrzés a 6. helyen végzett (3,47; 3,64), melyet az előbb felsoroltakon kívül még az önbizalom is megelőzött. Az utolsó előtti helyen végzett a társaság nem sokkal hagyva maga mögött a győzelmet (2,72; 3,61).

Összehasonlítva a MAGYAR IFJÚSÁG KUTATÁS (2017) eredményeivel, ahol is 15-29 év közöttieket vizsgáltak (N=702), a testmozgás motivációi közül az egészségmegőrzés és az edzettség domináltak (kitöltők 75-75%-a fontosnak vélte), majd követte őket az örömszerzés, jobb közérzet és a jó fizikai megjelenés, utolsó helyeken pedig a társaság és az alakformálás zártak. Eltérést a sport egészségmegőrző jellegénél tapasztaltunk, ugyanis sokkal alacsonyabb arányban tartották fontosnak a vizsgált mintában, viszont más tényezőknél jelentős hasonlóságokat tapasztaltunk (pl.: edzettség, jobb közérzet, alakformálás, társaság).

Sportolók és nem sportolók összehasonlítása

Ebben a fejezetben a sportoló és nem sportoló válaszadók összehasonlítását fogjuk elvégezni, melyet először is mindkét csoport saját fizikai állapotának értékelésével szeretnénk kezdeni. A fizikai állapot sok mindent elárul az egyénről, hiszen ez nagymértékben befolyásolja az emberben lejátszódó folyamatokat, magatartást, viselkedést. Habár most csak szubjektív adatok kerültek vizsgálat alá, hiszen minden hallgató a saját érték-előítélete alapján határozta meg saját fizikai állapotát, mégis számos következtetést sikerült levonni ezen értékek alapján.

A hallgatók egy hétfokozatú Likert-skálán jelölték be elégedetlentől (1) elégedettig (7), hogy mennyire elégedettek a jelenlegi fizikai állapotukkal. A vizsgálatnak az eredményei jól rámutatnak egy fontos dologra, ami már a sport és motiváció kapcsolatánál is kimutatható volt, hogy mennyire meghatározza az egyént a sportolás gyakorisága. Ahogyan a 4. ábrán is jól látszik, máshogy látják magukat a sportoló és nem sportoló személyek, és az ezeken belül alkotott csoportok (versenyszerűen sportolók, hobbisportolók) eredményei is eltérőek egymástól.



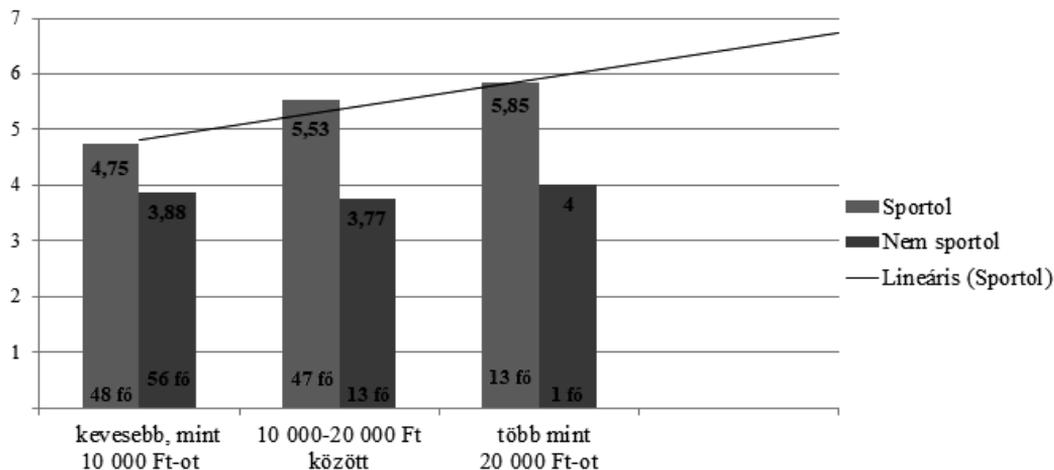
4. ábra: Mennyire elégedett a saját fizikai állapotával? (N=178)

Forrás: Saját kutatás, 2020

Jól megmutatkozik az a fajta két véglet, ahol a versenyszerűen sportolók, nem hogy 1-est, hanem 4-esnél rosszabbra sem értékelik saját állapotukat, szemben a nem sportolókkal, ahol nincs 7-es értékelés és 6-os is csak alig. Ez az eredmény nagyon hasonlít PFAU (2017) egyete-

misták körében végzett kutatásához, melyben többek között a hallgatók saját fizikai állapotának elégedettségével is foglalkozott.

Ezen kívül célunk volt a hallgatók egészségükre való költésének vizsgálata is. Melyet egy ábrán jelenítünk meg a megkérdezettek agyagi és saját fizikai állapot értékelésével, ugyanis a vizsgálat rámutat arra az eredményre is, miszerint befolyással van az egyén önértékelésére (fizikai állapot szempontjából) az a tényező, hogy alapvetően mennyit költ a saját egészségére (5. ábra).



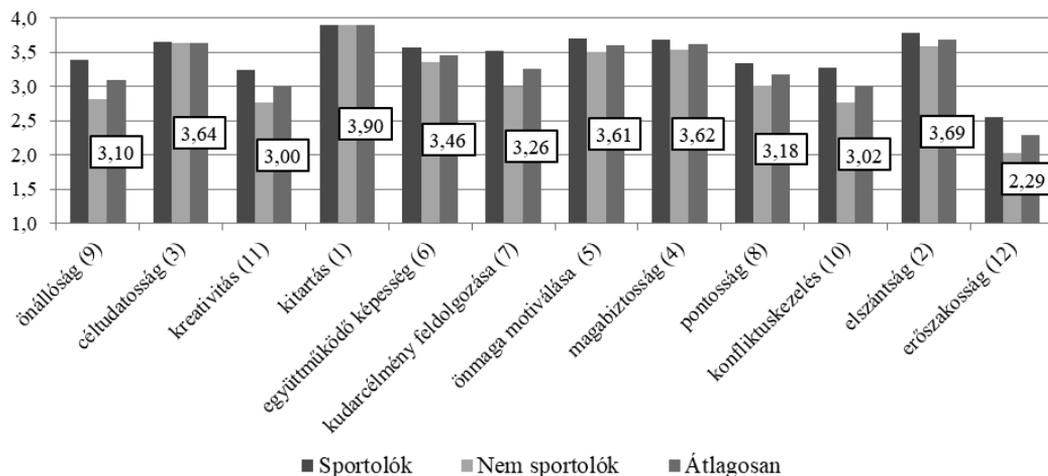
5. ábra: Átlagosan havonta mennyit költ az egészségére? Mennyire elégedett a saját fizikai állapotával? (N=175)

Forrás: Saját kutatás, 2020

Az 5. ábrán megjelenített lineáris vonallal szeretnénk volna szemléltetni azt a tendenciát, ami mutatja, hogy a vizsgált sportolók saját fizikai állapotának átlagértékelése egyenesen arányos az egészségükre való költésük nagyságával. Azaz minél magasabb az az összeg, amit a saját egészségükre költenek, annál magasabba értékeli önmaguk fizikai állapotát. Szemben a nem sportolókkal, akiknél ez a tendencia nem jellemző, ugyanis hullámzik. Az adatokból megállapíthatóvá vált, hogy a sportoló hallgatók, többet költenek saját egészségükre, mint a szabadidejükben kevésbé vagy egyáltalán nem sportoló társaik. Emellett fény derült arra, hogy nem csak többet költenek, de emellett még a fizikai állapotukat is jobbnak érzik.

A kérdőívben vizsgáltuk a sport személyiségfejlesztő hatásai is. Vizsgáltuk, hogy a sport a kitöltők szerint mely tulajdonságokra van pozitív hatással, ezért rákérdeztünk, hogy számukra milyen mértékben fejleszti a sport az adott tulajdonságokat. Elemeztük, majd összehasonlítottuk, hogy a két csoport mely tulajdonságokat értékelt a sport által leginkább fejleszhetőnek, és melyeket kevésbé. Ennek keretében a válaszadók 1-4-es skálán értékelték saját véleményüket a sport személyiségfejlesztő hatásaival kapcsolatba.

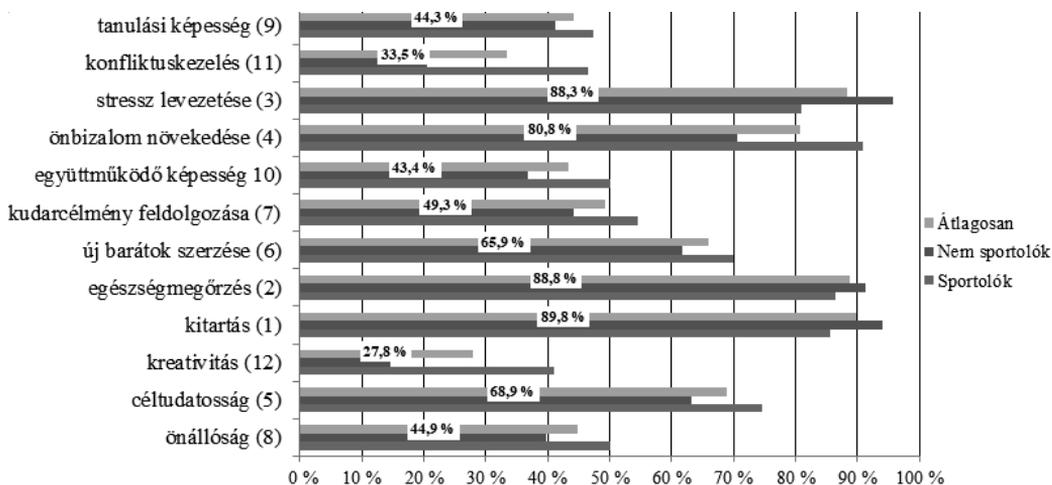
A 6. ábra jól mutatja, hogy az erőszakosság kivételével (ami szükséges lehet adott személyiség bizonytalanság, féltékenység érzésének leküzdésében, illetve az ember önmagáért való kiállás kialakításában) minden más tulajdonság minimum a 3-mas átlagértéket kapott vagy jóval túlszárnyalta azt. Például a kitarás (3,9), elszántság (3,69), céltudatosság (3,64), vagy akár a magabiztosság is (3,62). A felsorolt személyiségjegyeket követő zárójeles szám mutatja meg az adott tényezők átlagos fontossági sorrendjét.



6. ábra: **Ön szerint milyen mértékben fejleszti a sport az alábbi tulajdonságokat? (N=178)**
 Forrás: Saját kutatás, 2020

Bebizonyosodott, hogy a sport személyiségre gyakorolt hatásait magasabbra értékelik a sportoló hallgatók. Ugyanis az ábrán jól látszik, hogy a sportolók minden esetben legalább azonos vagy magasabb átlagértékkel zártak a nem sportolókkal szemben. Több helyen is tapasztalhatóak nagyobb eltérések (0,5-0,6) a két csoport között, ilyen például a kreativitás, kudarcélmény feldolgozás, önállóság vagy az erőszakosság. Ami még jól kivehető, hogy a kitartás és a céltudatosság, mindkét csoportban dobogós helyen végeztek teljesen azonos aránnyal. A legnagyobb és legkisebb átlagot elérő tulajdonságok, mindkét csoport számára megegyeztek, első helyen a kitartás végzett. Eltérő átlaggal ugyan, de utolsó helyen pedig az erőszakosság zárt. Ugyan a kitartás kimagaslik az élelményből (3,9), de a 2-5. helyen záró tulajdonságok szorosan követték egymást, elszántság (3,69), céltudatosság (3,64), magabiztosság (3,62) és önmaga motiválása (3,61).

Ezen kívül vizsgáltuk, hogy a sport miben nyújthat segítséget az egyén számára, erre több válasz megadása is lehetséges volt. A 7. ábra szemlélteti az eredményeket. A felsorolt hatásokat követő zárójeles szám mutatja meg az adott tényezők átlagos fontossági sorrendjét, a teljes mintát figyelembe véve. Kiténik a kitartás (mely itt is első helyen végzett), az egészségmegőrzés és stressz levezetés, mint három legértékesebb funkció. Viszont ezek sorrendje a sportolók és nem sportolók bontásában megváltozik, hiszen a nem sportolók elsőként a sport stressz levezető képességét jelölték meg, majd a kitartást és az egészségmegőrzést. Ezzel ellentétben a sportolók az önbizalomra tett hatásait értékelték legpozitívabban, majd az egészségmegőrzést kicsivel maga mögött hagyva a kitartást. Ezekből az adatokból is kivehető, hogy hiába a sport egészségmegőrző tulajdonsága, amit napjainkban is leginkább hangsúlyoznak, mégis megelőzik különböző bontásokban, olyan pozitív hatások, mint a kitartás, a stressz levezetés vagy akár az önbizalom növekedése is. Ami nagyon érdekes, hogy mind a három kimagasló tényezőt, amikben a hallgatók szerint leginkább segítséget nyújthat a sport, a nem sportolók értékelték magasabbra. Viszont ennél is érdekesebb, hogy csak ezeknél a tényezőknél volt megfigyelhető a nem sportolók magasabb százalékaránya.



7. ábra: **Ön szerint miben nyújthat segítséget a sportolás? (többszörös választás, %) (N=178)**

Forrás: Saját kutatás, 2020

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A magasabbra értékelt fizikai állapot és motivációs háttér teljes egészében a megkérdezett sportoló egyetemisták felé billen. Továbbá sikerült rámutatni arra, hogy azok a hallgatók, akik szabadidejükben rendszeresen sportolnak, többet költenek az egészségükre, illetve fordítva is teljesen igaznak bizonyult ez a tendencia. Ugyanis minél magasabb az az összeg, amit a saját egészségükre költenek, annál magasabbra értékelik önmaguk fizikai állapotát, szemben a nem sportolókkal, ahol ez nem volt tapasztalható. A sport személyiségre gyakorolt hatásainál minden felsorolt tulajdonság, képesség, azonos vagy magasabb átlagértékelést kapott a sportolók körében, azaz kijelenthető, hogy nagyobb mértékben érzik a sport személyiségfejlesztő hatásait a rendszeresen sportolók, mint a megkérdezett nem sportoló hallgatók.

Kutatás során fontos szempont volt a sportolók összehasonlítása a nem sportolókkal szemben. A vizsgálat többször is kiemeli, azt az egyenes arányosságot, ami megjelenik a rendszeres sportolás és az egyén saját fizikai állapot értékelése között. Azaz, ha kevesebbet sportol a hallgató, akkor rosszabb fizikai állapotban érzi magát. Ennek a megállapításnak a fontossága nem csak a nem sportolók körében fontos, hanem a rendszeresen sportolók körében is, hiszen a sportolók közt is kimutatható volt ez a tendencia. Ugyanis az a hallgató, aki többször végez sporttevékenységet egy héten, ő magasabbra értékeli saját fizikai állapotát. Tehát a sportolás gyakorisága, intenzitása nagymértékben befolyásolja az egyén önmaga fizikai és egészségi állapotáról alkotott véleményét. De a kutatás során másra is fény derült. A rendszeres sportolás ugyanis nem csak az egyének önmagukról alkotott véleményüket befolyásolja, hanem az egyéni motivációjuk nagyságát és a sport személyiségfejlesztő hatásainak magasabb érzékelését is. Az eredmények rámutattak, hogy a sportolás gyakorisága egyenes arányban befolyással van mindezen területek magasabb értékelésére.

Ha az egyetemisták motivációs háttérét vizsgáljuk nemek tekintetében eltérés figyelhető meg. A nők körében talán több alakformáló sporttevékenység biztosítása lehetne egyfajta fogódzó pont, és a sport ezen tulajdonságának kiemelésével talán magasabb érdeklődést lehetne elérni a különböző (fitnesz, aerobic és más alakformáló, frissítő) sportmozgások iránt. Ugyanis a vizsgálat során arányait tekintve a nők emelkedtek ki magasabb százalékkal a szabadidejükben nem sportolók közül. Persze ez nem jelenti, hogy a férfiaknak nem lehet már hova fejlődniük.

Ugyanúgy a férfiaknál az izomnövelő jelleg, és az ilyen tevékenységek (pl.: kondi) végzéséhez megfelelő feltételek biztosítása, kedvezőbbé tétele egyaránt fontos tényező lehet.

Az eredményekből kivehető, hogy hiába a sport egészségmegőrző tulajdonsága, amit napjainkban is leginkább kihangsúlyoznak, mégis az egyetemisták körében megelőzik különböző bontásokban, olyan pozitív hatások, mint a kitartás, a stressz levezetés vagy akár az önbizalom növekedése is. Azt a következtetést vontam le, hogy a hallgatók körében sokan nem a sport egészségmegőrző jellege miatt sportolnak, sokkal inkább előtérbe kerülnek az élet egyéb területein érvényesülő hatások.

A kutatás rámutat további vizsgálatok elvégzésének fontosságára, ugyanis a nem sportolók válaszaiból kiderül, hogy tisztában vannak a sport pozitív hatásaival és az egészség is fontos szerepet tölt be az értékrendjükben, mégsem sportolnak. Ennek az ellentmondásnak tisztázása fontos lenne, hogy tisztább képet kaphassunk a nem sportolókról. Hiába tudják, érzik, hogy a sport jelentősen megkönnyíti, megkönnyíthetné a mindennapokat, rengeteg tulajdonságot, készséget fejleszt, illetve fejleszthetne, a szabadidejükben végzett sportolás mégis elmarad.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) BORBÉLY A. – MÜLLER A. (2008): A testi-lelki harmónia összefüggései és módszertana. Valóság-Térkép-6. PEM tanulmányok. 211 p. ISBN: 9789630665377 (2) EUROBAROMETER (2018): Special Eurobarometer 472. Sport and physical activity. <https://ec.europa.eu/comfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2164>, (letöltve: 2019.10.18.) (3) KOVÁCS K. (2011): Egyetemisták szabadidős tevékenysége és mentális státusa. In: Iskolakultúra, 2011/10-11, pp. 147-162. (4) MAGYAR IFJÚSÁG KUTATÁS (2017): SZÉKELY L. – SZABÓ A. (szerk.) Magyar Ifjúság Kutatás 2016. Új Nemzedék Központ, Budapest. 52 p. ISBN 9789631279658 (5) NEULINGER Á. (2007): Társas környezet és sportfogyasztás. A folyamatos megerősítést igénylő tanult fogyasztás. Ph.D értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. 221 p. (6) PFAU C.S. (2017): A szabadidősport szervezési sajátosságai a felsőoktatásban. Doktori értekezés, Debreceni Egyetem, Debrecen. 159 p. (7) PLUHÁR ZS. – KERESZTES N. – PIKÓ B. (2003): "Ép testben ép lélek". Középispolások értékrendje fizikai aktivitásuk tükrében. Magyar Sporttudományi Szemle. 2003/2. 29-33. pp. (8) SZABÓ Á. (2006): Egyetemisták szabadidősport-(szolgáltatás) fogyasztása. In: Budapest Corvinus Egyetem Vállalatgazdaságtan Intézet Műhelytanulmányok. 76.sz. Mű helytanulmány. 30 p. HU ISSN 1786-3031 (9) SZABÓ Á. (2013): Szabadidősport-piacok Magyarországon. Vezetés Tudomány. XLIV évfolyam.2013.4. szám, pp. 18-28. ISSN0133-0179 (10) WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO) (2010): World Health Statistics 2010. 177 p. ISBN 9789241563987.

SZERZŐK:

Mészáros János

Sport és rekreációs szervezős Bsc-hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
kismeszaros11@gmail.com

Dr. Pfau Christa Sára

adjunktus
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
pfau.christa@econ.unideb.hu

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

A 21. SZÁZADI GLOBÁLIS GAZDASÁG VÁLTOZÁSAI A COVID-19 VILÁGJÁRVÁNY KÖVETKEZTÉBEN

CHANGES IN THE GLOBAL ECONOMY OF THE 21ST CENTURY DUE TO THE COVID-19 PANDEMIC

Mező Dóra

ÖSSZEFOGLALÁS

A rendkívül összetett gazdasági struktúrával működő 21. századi világ számára egy világjárvány egyszerre volt várható és hirtelen. A világgazdaságot felkészületlenül érte a Covid-19 járvány, így rendkívül súlyos visszaesést kellett megélnie és átvészelnie. Bár az egészségügyi vészhelyzetnek közel sincs még vége, 2020 első féléve példaként szolgálhat a közeli és a távoli jövőre. A válság megmutatta a globális gazdaság gyengeségeit és erősségeit, a hosszú ellátási láncok fenntarthatatlanságát, a világturizmusban rejlő veszélyeket, és az óriási igényt a gyors digitalizációra.

Kutatásomban elsősorban a globális feldolgozóiparral és szolgáltatásokkal foglalkoztam, külön vizsgálva azok problémáit és lehetőségeit. A szolgáltatászektorból kiemeltem a turizmust, amely egyszerre eredete és a legnagyobb vesztese a jelenlegi válságnak.

Kulcsszavak: globális gazdaság, turizmus, szolgáltatásexport, Covid-19 világjárvány

ABSTRACT

For the 21st century – with its complex economic structure – a worldwide pandemic was both foreseeable and sudden. As the global economy was unprepared for the Covid-19 epidemic, it suffered a severe economic downturn. Even though the epidemic is far from over, the first half of 2020 has its lessons for the future. The recession shined a spotlight on the strengths and weaknesses of the global economy, including the unsustainability of extended supply chains, the dangers lying in worldwide tourism and the enormous demand for fast digitalization.

My paper mainly focuses on global manufacturing and services, examining their problems and opportunities. The study highlights tourism as both the origin and the most extraordinary victim of the current recession.

Keywords: global economy, tourism, exports of services, Covid-19 pandemic

BEVEZETÉS

Napjaink globalizált gazdaságában sokfajta veszélyre felkészültek már az országok és a vállalatok, természeti katasztrófáktól pénzügyi válságokig, azonban egy világjárvány nem volt köztük. A koronavírus-járvány váratlan fordulatot hozott a világgazdaság alakulásában, és súlyos következményekkel lehet annak jövőjére is. A hosszú évek alatt egyre harmonikusabban működő gazdasági folyamatokban új problémaként megjelent globális leállás rávilágított a rendszer hibáira és erősségeire – melyek közül néhányat kiemelve, részletesebben vizsgállok jelen kutatásomban.

A nemzetközi kereskedelemben elsősorban a termékek és a szolgáltatások forgalmáról beszélhetünk. Ezen folyamatokat 2020-ban határlezárások, termelés kiesések és protekcionista kormányzati döntések nehezítették. Az ipar és a szolgáltatások esetében is kiemelten foglalkozom a járvány okozta nehézségekkel, a lehetséges megoldásokkal, és – amennyiben felmérhetőek – a várható következményekkel.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Témából adódóan szekunder kutatást és önálló adatelemzést alkalmaztam. Legfőbb forrásaim a nemzetközi szervezetek, mint a Kereskedelmi Világszervezet és a Turisztikai Világszervezet jelentései voltak. A statisztikai adatokat a Statista adatgyűjtő és elemző oldalról és a Nasdaq elektronikus részvénytőzsde adatbázisából gyűjtöttem. Mindezek mellett feldolgoztam a közgazdasági szakirodalom e szűk keretek adta legfontosabb eredményeit, illetve a téma frissessege és folyamatos változása mellett a legfőbb szerzők publicisztikáit is.

EREDMÉNYEK

A globális termelés

A globális kereskedelemben rendkívül meghatározó termelési tényező a költséghatékonyság, ezért a termelésben érdekelt országoknak és vállalatoknak jellemzően előnyösebb ott termelni, ahol a felmerülő költségeik – elsősorban az emberi munkaerő költségei és az adók – a legkedvezőbbek (VERESS, 2019). Éppen ezért a termelési folyamatokra jellemzővé vált a széttagoltság, a földrajzi szétszórtság, és az egymástól való kölcsönös függőség (SZANYI, 2016). A globális ellátási láncokkal átszőtt világ pedig különösen ki van téve környezetének, a kiszámítható termeléshez fontos, hogy az együttműködő országok folyamatosan összhangban legyenek, és egyik „láncszem” se essen ki a folyamatból. 2020 járványügyi vészhelyzete azonban felborította ezt a törekeny egyensúlyt, hosszú időre megbénítva egyes termékek előállítását. A világjárvány következtében a nemzetközi kereskedelemben résztvevő vállalatok így szinte kivétel nélkül ellátási problémákba ütköztek – a Forbes 1000-es listáján szereplő cégek 94%-át érinti valamilyen szinten az ellátási láncok megszakadása (11).

Az egyik hatalmas vesztes a globális ellátási láncokon alapuló, nemzetközi piacra termelő autógyártás. Az iparágat a járvány minden hatása érinti: a gyárak bezárása, az értékláncok összeomlása és a kereslet csökkenése.

A 21. századi autóipar, bár rendkívül automatizált szektor, igényli az emberi munkaerőt is. Globális járványhelyzetben a folyamatos gyártás szinte lehetetlen, a humántőke kiesésével a termelés leáll. 2020 első negyedévében több autógyártásban érdekelt és piacot meghatározó ország – mint Németország, Spanyolország és Olaszország – is korlátozta, vagy teljesen le is állította a termelését (12). Ezeket az intézkedéseket megelőző lépésként vezették be, meggátolva azt, hogy egy-egy gyár gócpontjává váljon a vírusnak, és ennek hosszabb távú kihatásai legyenek a termelésre. Mindemellett, mivel nem létfontosságú termékről van szó, az autógyárakban a termelés az elsők között állt le, és az utolsók között indulhat újra, a szabályok enyhítésével.

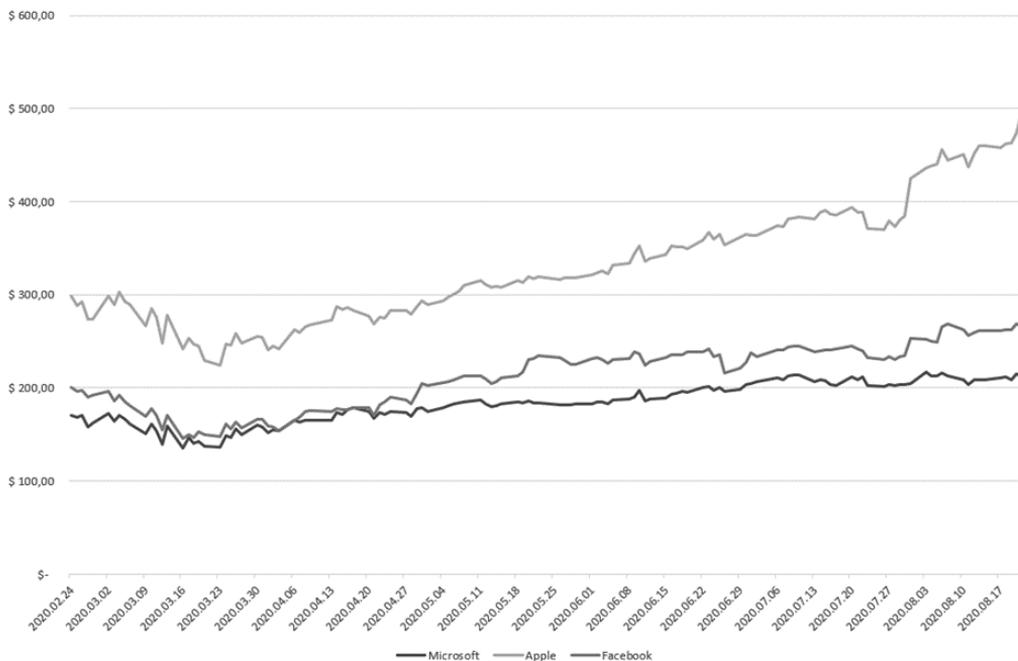
Az autógyártás jellegzetessége, hogy egy gyárban általában a kész gépjármű csak egy bizonyos részével foglalkoznak: gyárthatják a motort, az elektromos berendezéseket, a kerekeket, vagy szerelhetik össze a már készen beszállított alkatrészeket. Ha ezek közül csak egy gyárban is leáll a termelés az hatással lesz az egész iparra, tovább nehezítve annak a helyzetét, ugyanis a just-in-time rendszerek elterjedése óta alig létezik olyan autógyár, amely rendelkezik felhalmozott készletekkel. A termelési oldalon becslések alapján, csak Európában, a tervezetthez képest több, mint 5 millióval kevesebb autót fognak gyártani, ami akár 24%-os veszteséget is okozhat a helyi iparnak (13).

A kereslet szempontjából az autóipar helyzete kettős. Az egészségügyi megelőző intézkedések miatt a szociális távolságtartás szinte leállította a tömegközlekedést, ami egyfelől a személyjárművek használatának növekedéséhez vezetett. Ugyanebben az időszakban kerültek azonban az emberek tömegesen „home office-ba”, zártak be a szolgáltató és szórakoztató létesítmények, jelentek meg az első karanténintézkedések. 2020 márciusában az olyan nagyvárosokban, ahol a járványhelyzet súlyos lezárásokat vont maga után, többek között Milánóban, Párizsban és Madridban, az autósforgalom több mint 80%-kal csökkent. Ez a csökkenés az iparági keresletben is

megmutatkozott: februártól márciusig az eladott autók száma harmadára csökkent a korábbi évek adataihoz képest (I3). Mindemellett, a válság generálta tömeges munkanélküliséggel a fizetőképes fogyasztók száma is csökken, ami hosszútávon is kihatással lehet az autógyártás sorsára.

A szolgáltatások

A szolgáltatások egy része jellemzően helyhez kötött – a szolgáltatásokat az emberek többnyire személyesen nyújtják és kapják, éppen ezért a koronavírus-járvány másféleképpen érintette az ágazatot, mint az ipart. A szolgáltatásokon belül sok alágazatnál a fizikai jelenlét nélkülözhetetlen, a foglalkoztatottak így a távolságtartó intézkedések bevezetésével munka nélkül maradhattak. Ezzel szemben, sok esetben új lehetőség nyílt azon dolgozók számára, akik munkájukat egyedül, a klienssel való személyes találkozás nélkül is képesek végezni. Így azon szektorokban, ahol lehetőség nyílt a távolsági munkavégzésre, hirtelen megnőtt a kereslet az ezt lehetővé tevő telekommunikációs technológiákra. Ez természetesen nagyban kedvezett az IT szektornak, amely így „megnyerte” ezt a más iparágaknak válságos időszakot. A piacvezető technológiai cégek tőzsdei értéke mind többszöröződött, az Apple esetében nagyon magas, 53,74%-os növekedés jelentkezett (1. ábra).

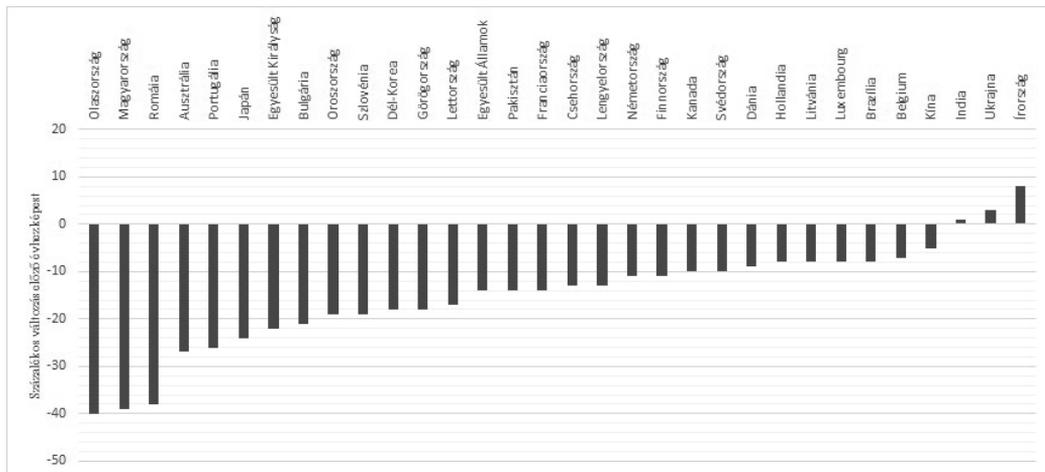


1. ábra: Vezető technológiai cégek részvényeinek árváltozása

Forrás: saját szerkesztés a NASDAQ adatai alapján

Hasonlóan szerencsés helyzetben találhatták magukat a házzhozállítással foglalkozó cégek, mint a UPS, a FedEx, de mindenekelőtt az Amazon. A cég bevétele 2020 első negyedévében ugyan kevesebb volt, mint 2019 utolsó időszakában, azonban ez inkább tudható be az általános év eleji visszaesésnek, ami a hálaadás-fekete péntek-karácsony időszakot követi, ugyanis 2020 tavaszára a vállalat jövedelme nem csak visszaállt a korábbi növekedési ütemére, hanem meg is döntötte korábbi rekordjait (I4).

A néhány szerencsés kivétel ellenére azonban a legtöbb szolgáltatás-exportőr országban csökkenés következett be a korábbi évek adataihoz képest (2. ábra). Ez egyértelműen a turisztikai szolgáltatások visszaesésének köszönhető, többek között a szállások, éttermek, múzeumok, színházak és rekreációs intézmények hirtelen bezárásának és a légi forgalom leállításának, amelyek összesen 40%-ot tesznek ki a világ összes szolgáltatásából. Azon országokban, ahol mégis növekedés látható, ott az IT export a legjelentősebb – például Írországban, ahol az összes szolgáltatás-export 51%-át adták a különböző technológiai cégek 2019-ben.



2. ábra: Szolgáltatás-export változás az előző évi adatokhoz képest

Forrás: WTO, 2020 (15)

A turizmus

A turizmus nagyon gyors ütemben növekvő ágazat. Az ezredforduló és 2016 között eltelt korszakkal több, mint másfél évtizedben a növekedés mértéke kirívó volt: 2000-ben közel 700 millió érkezést regisztráltak, 2016-ban pedig már több, mint 1,2 milliárdot (KOVÁCS – KISS, 2018). Ez a 2010-es évekre jellemző „overtourism” több, egymásra kölcsönösen ható tényezőtől alakult ki, amelyekből csak néhány a fapadosok virágzása, a hosszútávú vakációk népszerűvé válása, a középosztály növekedése, vagy épp a fejlett országokra jellemző általános jólét kialakulása és stabilizálódása (DODDS – BUTLER, 2019).

A SARS-Cov-2 vírus terjedéséről 2019. december 31-én adott hírt a kínai kormány – az Egyesült Államok határait pedig a Kínából érkezők előtt 2020. január 31-én, pontosan egy hónappal később zárták le (16). Ez idő alatt azonban Vuhanból New Yorkba közel ezer ember repült közvetlenül, a Kínán belüli utazások száma ennek több százszorosa volt. A többi kínai nagyvárosból, például Pekingből vagy Hong Kongból is emberek milliói repültek a Föld minden pontjára (17). Így, néhány hét leforgása alatt az eddig új, ismeretlen vírus szinte teljesen bejárta a bolygót, megbénítva a korábbi világrendet és átformálva az emberek szokásait, mindennapjait.

Az egészségügyi vészhelyzet elkerülésére az országok első reakciója az emberáradat megállítás volt. Április végéig az összes, a Turisztikai Világszervezet által nyilvántartott idegenforgalmi célországban született valamilyen korlátozó intézkedés, mint a karanténelőírások, vagy akár a teljes határlezárások (18). 2020 első negyedévében így példátlan módon földre kerültek a légitársaságok flottái, szállodaláncok zártak be, és lehúzták a rolót az utazási irodák. A globális GDP 10 százalékát adó turizmus az egyik pillanatról a másikra szinte teljesen leállt, hogy szembe kerüljön története eddigi egyik legnagyobb válságával.

A turizmus a 21. században már többször bizonyította, hogy rugalmas, ellenálló iparág. A 2001. szeptember 11-i terrortámadás, a 2003-as SARS-járvány, és a 2008-09-es válság rövidtávon ugyan visszaeséseket eredményeztek a szektorban, azonban ezek egyike sem volt különösebben nagymértékű vagy hosszútávú (GÖSSLING et al., 2020). Ezzel szemben a jelenlegi adatok pesszimistább képet festenek, ugyanis a koronavírus járványnak betudható visszaesés már 2020 első negyedévében is 22%-os volt, májusban pedig elérte a 21. század legrosszabb havi értékét, amikor is az előző évhez képest 98%-kal utaztak kevesebben. A szakértők az év további részére sem jósólnak jelentős javulást: a legrosszabb forgatókönyv szerint év végére akár 78%-os is lehet az eltérés a 2019-es adatokhoz képest, ezzel megtörve az egy egész évtizede tartó növekedést (18). Az 1. táblázatban a korábban említett 3 másik nagy idegenforgalmi visszaesést eredményező esemény hatásait hasonlítottam össze a Covid-19 világjárvány eddig ismert, illetve becsült következményeivel. Láthatjuk, hogy a jelenlegi recesszió sokkal súlyosabb, és ez alapján feltételezhetjük, hogy a visszaállás is számottevően hosszabb időbe fog telni, mint a korábbi eseteknél. 2001-ben elsősorban az USA-ban a belföldi utazások mértéke csökkent drasztikusan, nemzetközi szinten a félelem ellenére is kismértékű növekedés volt megfigyelhető a járatszámokban, azonban a korábbi, 21. századra jellemző folyamatos növekedési ütemhez való visszatéréshez így is egy fél év elteltére volt szükség. Bár a SARS járványt heverte ki leghamarabb az iparág, jelenleg nem reménykedhetünk hasonlóan gyors felépülésben, hiszen akkor a visszaesés mértéke töredéke volt a jelenleg zajló recesszióknak. Esetleges optimizmusra azonban a világválság és a SARS járvány adatainak összehasonlítása adhat okot, hiszen az utasforgalom változás 10-szeresen, az utasszám visszaesés pedig több, mint 12-szeresen volt súlyosabb a válság idején, mégis, a visszaállás ütemében nem volt tapasztalható ekkora különbség a két esemény között. Ez arra enged következtetni, hogy ahogy növekszik a turizmus, úgy lesz egyre rugalmasabb, és egyre kevésbé törékeny.

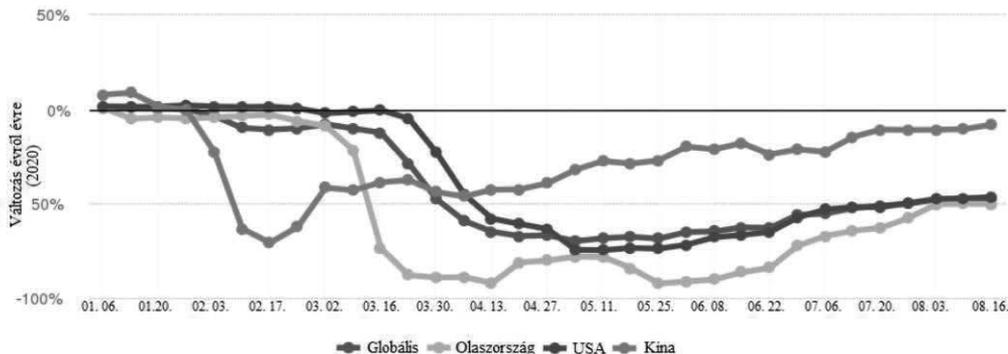
1. táblázat: **21. századi események hatásai a turizmusra**

Megnevezés	2001. szeptember 11.-i terrortámadás	2003-as SARS járvány	2008/09-es válság	Koronavírus járvány
Nemzetközi utasforgalom változása	+0,1%	-0,4%	-4%	-58% (-78%)
Visszaesés az utasok számában	-	3 millió	37 millió	850-1140 millió
A növekedéshez való visszaálláshoz eltelt hónapok száma	6	5	10	-
Az utasok számának visszaállásához eltelt hónapok száma	14	11	19	-

Forrás: saját szerkesztés az UNWTO adatai alapján

A turizmus egyik legfontosabb alágazata, más tekintetből kiegészítője, a légit közlekedés. Mint a leggyorsabb, legbiztonságosabb és sok szempontból a legkényelmesebb közlekedési módszer, egyelőre nincs vetélytársa 1000 km-nél nagyobb távok esetén (JÁSZBERÉNYI – PINTÉR, 2018). A Covid-19-hez köthető visszaesés ezt az iparágat is hasonló mértékben sújtotta, mint magát a turizmust. A légi személyszállításban több mint 50%-os esés következett be a járatok számában az előző évi adatokhoz képest, az utasok számának tekintetében az arány még kedvezőtlenebb. Biztonsági intézkedéseket bevezetve a légitársaságok már eleve kevesebb jegyet árultak, hogy a távolságtartás a fedélzeten is megvalósítható legyen (GÖSSLING et al., 2020). A járvány első hullámában az áprilistól júniusig tartó periódust tekinthetjük a mélypontnak, amikor a világban átlagosan 65%-os visszaesés történt (3. ábra). Különösen rossz helyzetet

Dél-Kelet Ázsiában, Európában és Észak-Amerikában regisztráltak. A leállítás Olaszországban volt a legradikálisabb – egy hónap alatt, február végétől március végéig elérték a közel 90%-os esést a napi személyforgalomban. A helyzet a nyári hónapokban javulni látszott, egyes légitársaságok elérték korábbi kapacitásuk felét, ősztől azonban ismét visszaesés várható (19).



3. ábra: Nemzetközi légitársaságok heti járatgyakorisága, a 2019-es évi adatokhoz képest

Forrás: STATISTA, 2020

A visszaesés rekord méretű: a Nemzetközi Légi Szállítási Szövetség (IATA) adatai szerint a 2020-as évi veszteség 84 milliárd dollár is lehet, ami több mint háromszorosa a pénzügyi válság során elszenvedettnek. A légitársaságok megmentésére a kormányok már összesen 123 milliárd dollárt költöttek, azonban a támogatások eloszlása rendkívül egyenlőtlen, ami hosszú távon a szabad verseny piaci rendszer felborulásához, egyes cégeknél hatalmas méretű adósságokhoz (és esetleges csödhöz), illetve a helyreállítás aránytalanságaihoz vezethet (I10)

A légitársaságok válságba kerülése nem csupán az idegenforgalmat érinti súlyosan. 2020 első negyedévében a légi szállítmányozás is mélyrepülésbe kezdett, Kínában több mint 20%-kal alulmúlva az előző évi adatokat (LI, 2020). A szektor természetesen könnyebb visszaállásra számíthat, mint a személyforgalom, azonban a nemzetközi kereskedelemre és a globális ellátási láncokra rendkívül komoly hatással volt a hirtelen recesszió. Mindezek mellett, a légitársaságok drasztikus visszaesése – természetesen a szárazföldi és a vízi forgalom jelentős csökkenésével kiegészülve – fontos szerepet játszott a 2020-as olajválság kialakulásában is (I11).

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A globális gazdasági rendszer rendkívül komplex, szereplői szoros kölcsönhatásban állnak, osztoznak annak előnyeiben és hátrányain. A vizsgált szektorok jellemzően a modernkori globalizációs hatásoknak köszönhetően működnek, így példaértékűként tekinthetünk rájuk a jelen világjárvány esetében. Természetesen az autógyártás jellemzői nem teljesen azonosak más iparágakéival, de sok problémájában – az ingatlan keresletben, a hosszú értékláncokban, a kieső termelésben – osztozik azokkal. Hasonlóképp, a globális szolgáltató szektor esetében, a turizmus egészéről szóló problémák igazak egyenként a turizmushoz köthető alegységekre is, mint a szálláshely-szolgáltatások, az éttermi vendéglátóhelyek vagy éppen a sportesemények.

A járvány vége még messze van, és bár a statisztikai adatok elsősorban ijesztőek, a helyzet nem teljesen kilátástalan. A folyamatos növekedésben és feltörekvésben lévő digitalizáció és informatika a jelen helyzetben sok problémára megoldást tud nyújtani, átvészeltetővé téve ezt az időszakot azokban az ágakban, ahol lehetséges, egyéb körülmények között pedig innovációra késztet, ösztönzi a kutatási és fejlesztési tevékenységet.

A válság elkerülhetetlen, a kérdés csak az, hogy mennyi idő szükséges a kilábaláshoz, és hogy az milyen változások árán következhet el. Az ellátási láncok rövidülése a stabilitás és biztonságosság elérése szempontjából következménye lehet a járványnak, ahogyan az “overtourism” jelenség konszolidációja is. A virtuális események, az otthoni munka és az online vásárlás további terjedése várható.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) DODDS, R. – BUTLER, R. (2019): Overtourism: Issues, Realities and Solutions. De Gruyter Oldenbourg, Berlin, 289 p. (2) GÖSSLING, S. – SCOTT, D. – HALL, C. M. (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 28. évf. 11. szám (3) JÁSZBERÉNYI M. – PINTÉR Á. (2018): A légi közlekedés és a turizmus. In. *Közlekedés, mobilitás, turizmus.* (szerk.: MUNKÁCSY A.) Akadémia Kiadó, Budapest (4) KOVÁCS E. – KISS K. (2018): Turisztikai trendek. Akadémia Kiadó, Budapest, <https://mersz.hu/kiadvany/322/> (5) LI, T. (2020): A SWOT analysis of China's air cargo sector in the context of COVID-19 pandemic. *Journal of Air Transport Management*. 88. évf. (6) SZANYI M. (2016): Válság és megújulás. Akadémia Kiadó, Budapest, <https://mersz.hu/kiadvany/180/dokumentum/info/> (7) VERESS J. (2019): A gazdaságpolitika fogalma és szerepe a modern gazdaságokban. In. *Gazdaságpolitika a 21. században* (szerk.: DOMBI Á.) ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, pp. 27-34. (8) I1: 94% of the Fortune 1000 are seeing coronavirus supply chain disruptions: Report. <https://fortune.com/2020/02/21/fortune-1000-coronavirus-china-supply-chain-impact> (letöltve: 2020. 08. 22.) (9) I2: Europe's auto factories are closing. Experts fear a lost decade is coming. <https://fortune.com/2020/03/17/coronavirus-impact-shutdown-european-auto-sector-volkswagen/> (letöltve: 2020. 06. 17.) (10) I3: Statista (2020): Coronavirus: impact on the automotive industry worldwide. <https://www.statista.com/study/71599/impact-of-the-coronavirus-pandemic-on-the-auto-industry-worldwide/> (letöltve: 2020. 05. 18.) (11) I4: Statista (2020): Net revenue of Amazon from 1st quarter 2007 to 2nd quarter 2020. <https://www.statista.com/statistics/273963/quarterly-revenue-of-amazoncom/> (letöltve: 2020. 08. 23.) (12) I5 WTO (2020): World Trade Statistical Review 2020. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020chapter03_e.pdf (letöltve: 2020. 08. 18.) (13) I6: A timeline of the Trump administration's coronavirus actions <https://www.aljazeera.com/news/2020/04/timeline-trump-administration-coronavirus-actions-200414131306831.html> (letöltve: 2020. 05. 23.) (14) I7: 430,000 People Have Traveled From China to U.S. Since Coronavirus Surfaced. <https://www.nytimes.com/2020/04/04/us/coronavirus-china-travel-restrictions.html> (letöltve: 2020. 05. 27.) (15) I8: UNWTO (2020): International tourism and Covid-19. <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19> (letöltve: 2020. 06. 14.) (16) I9: OAG (2020): Coronavirus – how and when will aviation recover from Covid-19? <https://www.oag.com/coronavirus-airline-schedules-data> (letöltve: 2020. 08. 19.) (17) I10: IATA (2020): Covid-19 – Government aid. <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/government-aid-and-airlines-debt/> (letöltve: 2020. 08. 21.) (18) I11: IEA (2020): The global oil industry is experiencing a shock like no other in its history. <https://www.iea.org/articles/the-global-oil-industry-is-experiencing-shock-like-no-other-in-its-history> (letöltve: 2020. 08.21.)

SZERZŐ:

Mező Dóra

Nemzetközi gazdálkodás alapszakos hallgató
 Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
 mezodorka9@gmail.com

*A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú
 „Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban c.
 projekt támogatásával valósult meg.*

A MUNKAERŐPIACON ELVÁRT KOMPETENCIÁK A TEHETSÉGHÍÁNY TŰKRÉBEN

REQUIRED LABOUR MARKET COMPETENCIES IN LIGHT OF TALENT SHORTAGE

Sóskúti Rebeka, Héder-Rima Mária

ÖSSZEFOGLALÁS

A szervezeti hatékonyság eléréséhez kiemelkedő teljesítményű munkavállalók, azaz tehetségek szükségesek. A hatékony munkavállalók szervezetenként eltérő tudást, vagyis kemény kompetenciákat birtokolnak, mely az adott szervezet működési területétől függ leginkább. A sikeres teljesítmény további feltétele azonban a munkavállalók puha kompetenciáinak megléte, mely a szervezet működési területétől jellemzően független. Kutatásunk során arra kerestük a választ, hogy Hajdú-Bihar megyében melyek azok a kulcsfontosságú kompetenciák, melyeket a munkáltatók leginkább igényelnek, és amelyek birtoklása révén egy-egy munkavállaló kiemelkedő teljesítményt tud nyújtani. Vizsgálataink során 33 helyi munkáltató több, mint 120 igényét vizsgálhatjuk meg a munkavállalókkal szemben igényelt kompetenciák tekintetében. Ez alapján megállapítható, hogy a munkáltatók által keresett kompetenciák zöme a puha kompetenciák körébe sorolható. Igazán keresett és egyben tehetséges munkavállalónak számít Hajdú-Bihar megyében az az egyén, akinek elsődlegesen kiemelkedő a problémamegoldó képessége, jól kommunikál, precíz/pontos munkát végez, és mindezt önállóan teszi.

Kulcsszavak: tehetséghiány, kompetenciák, munkaerőpiac

ABSTARCT

Achieving organizational efficiency requires high-performing employees, i.e. talents. Effective employees have different knowledge from each organization, i.e. hard competencies, which mostly depend on the specifics of the organization. However, an additional condition for successful performance is the existence of soft skills of the employees, which is typically specific to the area of operation of the organization. In the course of our research, we sought the answer to what are key competencie employers demand the most in Hajdú-Bihar county, and which skills can help employees achieve outstanding performance. In our studies, we examined more than 120 position needs of 33 local employers in terms of competencies required of employees. Based on this, most of the competencies sought by employers can be classified as soft skills. In Hajdú-Bihar county, an individual whose primary problem-solving ability is outstanding, communicates well, does precise / accurate work, and does it all independently is considered to be a really sought-after and talented employee.

Keywords: talent shortage, cometencies, labour market

BEVEZETÉS

Hazánkban a 2008-as válságot követően a gazdaság stabil környezetben tudott fejlődni, egyre inkább megnőtt az igény a munkaerőre, aminek következményeként a közfoglalkoztatottak létszáma folyamatosan csökkent, hisz tagjait átvette és veszi a versenyszféra (KSH, 2018). Erős ambivalenciát mutat, hogy míg a munkanélküliség továbbra is jelen van, addig a szervezetek egyre jelentősebb munkaerőhiánnyal küzdenek (HÉDER, 2017a). Míg a kétezres évek elején a munkaerőhiány fogalmának középpontjában a nem megfelelő bérszint állt (POLÓNYI, 2002), addig napjainkra sokkal inkább olyan jellegű munkaerőhiányról beszélhetünk, melynek elsődleges oka a tehetséges munkavállalók hiánya. Bár a két fogalom tartalmi szempontból éles különbségeket mutat, egymásra gyakorolt hatásuk jelentős (HÉDER, 2017b). Ennek fényében elmondható, hogy bár a munkaerőpiaci mutatók egyre kedvezőbb értékeket mutatnak, a munkaerőpiac

keresleti oldala jelentős problémákkal küzd, hiszen az elvárt kompetenciákkal rendelkező munkavállalók és a ténylegesen rendelkezésre álló munkaerő képességeinek és készségeinek viszonylatában éles eltéréssel találkozunk (CSUGÁNY – KOZÁK, 2018).

Jelen kor sajátossága, hogy a vállalatok versenyképessége mindinkább eltolódni látszik az immateriális erőforrások irányába, melyek a meglévő ismeretekből, ügyfelekkel és partnerekkel való kapcsolatokból, a márkából, szervezeti kultúrából, vagy vezetői stílusból eredeztethetők. A megváltozott körülmények tükrében elengedhetetlen a szervezetek számára, hogy megfelelően és rugalmasan reagáljanak és olyan rendszerek működtessenek, amik ezt támogatják (DAJNOKI – HÉDER, 2017). Létfontosságú továbbá a legjobb alkalmazottak megszerzése (WÓJCIK, 2019) és megtartása (DAJNOKI – KUN, 2016). Munkaerőhiányt vizsgálva SZABÓ (2011) megállapítja, hogy azokban az iparágakban, ahol munkaerőhiánnyal küzdenek a szervezetek, a legégetőbb problémát a minőségi munkaerő megtalálása jelenti. Ezen belül is a leginkább számításba veendő problémakör a „kiemelkedő tehetségek iránti kielégítetlen kereslet (SZABÓ, 2011, p. 294).”

Minden cégnél van tehetségfogalom, akár leírásra kerül ennek meghatározása, akár csupán a vezetők gondolkodásmódjában jelenik meg. Tehetség alatt azokat a munkavállalókat érthetjük, akik az iparág, a szervezet és a konkrét munkakör elvárásait nagymértékben meghaladó képességekkel és fejlődési potenciállal rendelkeznek (POÓR et al., 2017). Ehhez szorosan kapcsolódnak a kompetenciák, ugyanis ezek az emberi erőforrás gazdálkodás alapját jelentik (SZABÓ, 2014), meghatározva a szervezeti teljesítményt. A kompetencia szó alapvetően alkalmasságot és ügyességet jelent. A szó többféleképpen értelmezhető. Jelen esetben a legkézenfekvőbb a hozzáértéshez kapcsolunk, mely adott szakterületen, az adott munkakör betöltőjének hozzáértését és alkalmasságát takarja (TÓTH, 2010). Ennek fényében a kompetenciák a munkaköri követelmények meghatározásakor, a toborzás és kiválasztás során, de a teljesítményértékelés, az utánpótlás- és karriertervezés, valamint fejlesztési tervek kialakításakor is alkalmazhatók (ELBERT et al., 2000). A kompetenciákat alapvetően két csoportra bonthatjuk: kemény és puha kompetenciákra. A hard skill-ek azok, melyek jól mérhetők, objektívek, illetve valamennyire specifikusak, azaz más munkakörben nem feltétlenül alkalmazhatók. Ilyen egy adott végzettséget igazoló bizonyítvány, egy nyelvvizsga, vagy egyéb certifikáció. Ezzel ellentétben a soft skill-ek már szubjektívek és nehéz mérni őket, mivel elsősorban az emberi interakciók közben figyelhetők meg (GOLEMAN et al., 2003). Ezek azok, melyek átvihetők más munkakörökbe is (CIMATTI, 2016), ami a szervezeti hasznos munkavégzés alapja is egyben (DAJNOKI, 2014).

Azzal, hogy mely kompetenciák azok, melyeket a munkáltatók fontosnak tartanak, számos kutató foglalkozott (VARGA et al., 2017; TÉGLÁS – HLÉDIK, 2014; KIS et al. 2019; SÓS, 2019). VARGA et al. (2017) kutatása azt hivatott bemutatni, hogy a magyar munkaadók milyen kompetencia-térképben gondolkodnak. TÉGLÁS és HLÉDIK (2014) szerzőpáros vizsgálatában főként külföldi, illetve egyes tulajdonú nagyvállalatok vettek részt. Körükben azt vizsgálták, hogy miket várnak el a munkaerőpiacra frissen kilépő munkavállalóktól. KIS et al. (2019) a frissdiplomásokkal szemben elvárt követelményeket vizsgálták. Ennek eredményei azt mutatják, hogy a cégek számára a soft skillek meglehetősen fontosabbak, mivel a szakmai készségek később fejleszthetők. SÓS (2019) kutatását az Észak-magyarországi régióban végezte a munkaadók, pályakezdekők és intézmények körében. Eredményei rávilágítanak arra, hogy a munkáltatók által elvárt kompetenciák nem egyeznek a szakképző iskolák és a pályakezdekők szerint fontosnak tartott kompetenciákkal. Az imént felvázolt négy kutatás eredményeit az 1. táblázat összegzi.

A táblázatban dőlt betűkkel jelölt kemény kompetenciák láthatóan kisebb mértékben jelentek meg. A kemény kompetenciák kisebb előfordulását magyarázhatja az is, hogy a megfelelő szakmai ismeretekre, vagy például a megfelelő szintű számítógépes ismeretekre a cégek úgy tekintenek, mint amivel az adott jelöltnek magától értetődő módon rendelkeznie kell és a puha kompetenciák azok, melyek alkalmassá teszik arra, hogy a cég számára valódi tehetség legyen. Ezek az elvárt kompetenciák azonban nem állandók, a változó munkaerőpiaci és munkahelyi

követelmények miatt átalakulhatnak, így a munkaerőt folyamatosan fejleszteni kell (DAJNOKI, 2015).

1. táblázat: **A munkavállalókkal szemben elvárt kompetenciák összehasonlítása**

S.sz.	VARGA et al. (2017)	TÉGLÁS – HLÉDIK (2014)	KIS et al. (2019)	SÓS (2019)
1	<i>idegen nyelvi kommunikáció</i>	problémamegoldó képesség	csapatmunkára való képesség	munkafegyelem
2	<i>számítógépes ismeretek</i>	önálló, pontos munkavégzés, kezdeményező hozzáállás	felelősségvállalás	önálló munkavégzés
3	terhelhetőség	csoporthoz való munkavégzés	vállalat iránti elköteleződés	együttműködő képesség
4	problémamegoldó készség	etikus cselekvések iránti elkötelezettség	<i>iparági jártasság</i>	problémamegoldó készség
5	tanulási képesség	folyamatos tanulás iránti elkötelezettség	motiváció	<i>szakmai gyakorlat</i>
6	rugalmasság	felelősségvállalási készség	döntéshozatali képesség	tanulási képesség
7	önfejlesztés	<i>legalább egy idegen nyelv ismerete</i>	kommunikációs képesség	<i>szakmai ismeretek</i>
8	kommunikációs készség	rugalmasság	vezetési képesség	szervezési képesség
9	kitartás	önbizalom, belső motiváció	megbízhatóság	kommunikációs készség
10	-	információk megszerzésének és feldolgozásának képessége	eredményorientáltság	döntéshozó készség
11	-	terhelés, igénybevétel	szervezési képességek	<i>informatikai ismeret</i>
12	-	kreatív gondolkodás	<i>technikai képességek</i>	<i>idegennyelv-ismeret</i>

Forrás: Saját szerkesztés VARGA et al. (2017), TÉGLÁS – HLÉDIK (2014), KIS et al. (2019) és SÓS (2019) alapján

ANYAG ÉS MÓDSZER

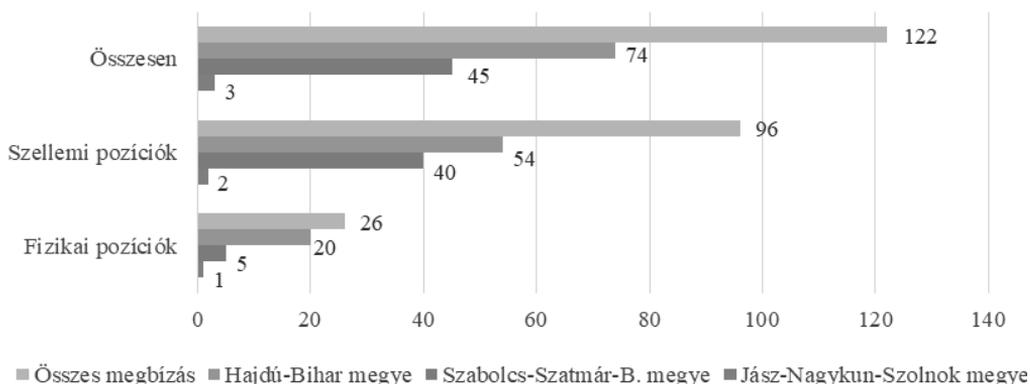
A kutatás Kelet-Magyarország egyik legmeghatározóbb humán szolgáltatást nyújtó szervezeténél készült. A cég 2000-ben alakult, mely már több, mint 80 főállású munkavállalót alkalmaz. A szervezet kiterjedt irodahálózattal rendelkezik Magyarország keleti részén, Debrecen mellett Budapesten, Egerben, Békéscsabán, Cegléden, Gyöngyösön, Jászberényben, Miskolcon, Nyíregyházán, Szarvason, Szegeden, Szentesen, Szolnokon, Karcagon is jelen van, továbbá határon túl működő irodái is működnek.

A régió területén leginkább piacképesnek mondható puha kompetenciák feltérképezése érdekében, dokumentumelemzés készült. Ehhez az adatokat a 2019-es évben, szervezethez érkező megbízások jellemzői adták. A dokumentumelemzés során a tanácsadók által vezetett online projektek vizsgálata történt. Ezek tartalmazzák a megbízó által kikötött feltételeket, így a pozíció szakterületén túl az elvárt kemény és puha kompetenciákat is. Jelen esetben, mint primer kutatási módszer jelenik meg a dokumentumelemzés.

EREDMÉNYEK

A kutatás célja képet kapni arról, hogy a témában végzett kutatások mennyire általánosíthatók, valamint a olyan konkrét kompetenciák beazonosítása, melyek megléte rendkívül piacképesnek mondható. A kutatás elsősorban az Észak-alföldi régió megyéire koncentrálódik, ezért

első lépésként a régió megyéiből érkező megbízásokra szűkítettük az össz megbízások körét. A területi szűkítést követően 122 projekt került a vizsgálat során bevonásra, melyek a kutatás területét képező három megyéből származnak (1. ábra).



1. ábra: **Megbízások általános jellemzői a régió megyéiben**

Forrás: Saját vizsgálat a szervezet belső adatai alapján, 2020

Az 1. ábra szemlélteti, hogy összesen 122 projekt kapcsán keresték fel a közvetítő irodát a három megye területéről. A projektek 26 fizikai és 96 szellemi pozícióba történő keresést jelentett a recruiter csapat számára. Érzékelhető, hogy a megbízások túlnyomó többsége Hajdú-Bihar megyében lévő cégektől érkezett. Ennek egyrészt az lehet az oka, hogy az iroda Debrecenben található és a környező szervezetekkel lényegesen egyszerűbb a szerződéskötés, személyes találkozó és kapcsolattartás. Ezen túl összefüggésbe hozható azzal, hogy 2019-ben a beruházások teljesítményértéke Hajdú-Bihar megyében volt a legmagasabb, 258 346 millió forinttal. Ezt Szabolcs-Szatmár-Bereg megye követte 181 125 millió forinttal, végül Jász-Nagykun-Szolnok megyében ez az összeg 145 012 millió forint (KSH, 2020).

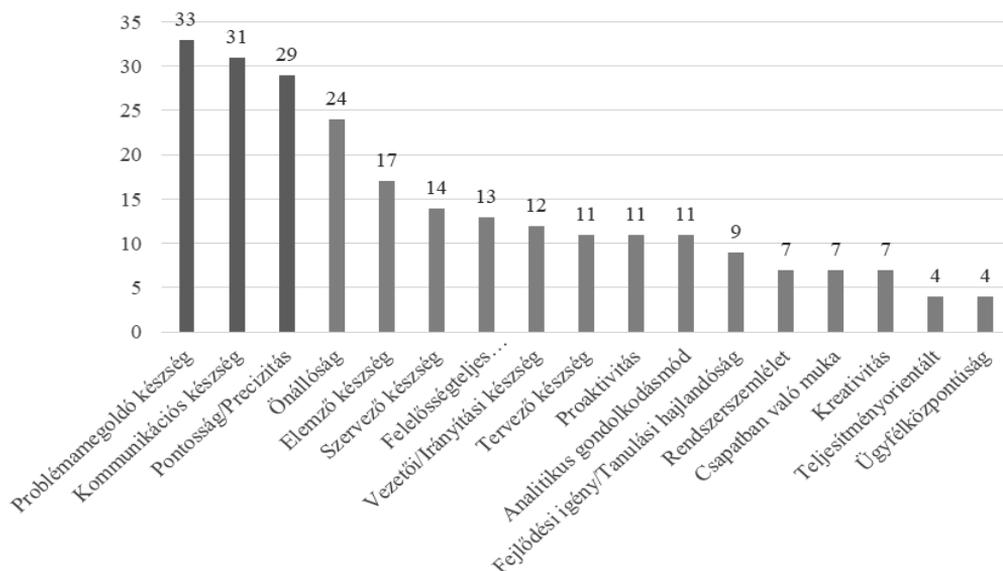
A tanácsadók egy online platformon rögzítik az elvárásokat és vezetnek végig a projekteket a megbízástól a teljesítésig. Itt a kemény kompetenciák mellett megjelöltek különböző puha kompetenciákat. Olyan készségek ezek, melyeket a partnerek a megbízás kiadásakor megjelöltek, mint elvárás. Illetve a tanácsadók szerint, a pozíció betöltéséhez mindenképp szükséges készségek is ide tartoznak, melyekkel szakmai tapasztalataik alapján bővítették a jelöltekkel szembeni elvárásokat.

A vizsgálatba azok a kompetenciák kerültek be, melyek gyakorisága nagyobb volt, mint három. Ennek alapján a következő tizenhét készség és kompetencia került felszínre (2. ábra).

Az első három helyen szereplő kompetenciát érdemes más jellemzők alapján is vizsgálni. A *problémamegoldó* készség 29 szellemi pozíció kapcsán jelent meg, míg csupán 4 fizikai munkakörnél jelölték meg, mint elvárást. A készség megléte a KKV és multinacionális vállalatok tekintetében szinte ugyanolyan fontosnak bizonyult, 16 multinacionális vállalat számára és 17 KKV szektorba történő toborzás vonatkozásában volt megfigyelhető. Ez jelentheti azt, hogy a szellemi munkakörben dolgozó munkavállalóktól a mintába bevont cégek sokkal nagyobb önállóságot és döntéshozói szerepet várnak el, mint a fizikai munkakörben dolgozóktól, függetlenül a cég méretétől.

A magas szintű *kommunikációs készség* megléte 31 pozíció kapcsán volt kiemelkedően fontos. Ez a fizikai munkakörök esetén kétszer jelent meg, míg szellemi pozíciók tekintetében 29 alkalommal volt elvárás a jelöltekkel szemben. Ez az eredmény tükrözheti azt, hogy mivel a szellemi pozíciókban dolgozók több érintettel tartanak kapcsolatot, mint például ügyfelek, beszállítók, tulajdonosok stb., ezért esetükben ez a készség kiemelkedően fontos lehet. Emellett a

fizikai dolgozók a konkrét produktum létrehozásában játszanak meghatározó szerepet. A *pontoság/precíz munkavégzés* 29 esetben bizonyult fontosnak. A fizikai munkakörök esetén a 26 megbízás közül 10 alkalommal, míg szellemi munkaköröknél a 96 projekt kapcsán csupán 19 alkalommal jelent meg. Ennek lehetséges oka az előző mondatokban gyökerezhet, hisz egy termelő cég által kínált termék minősége nagyban függ a fizikai szakképzett munkaerő pontosságától és precizitásától.



2. ábra: Az elvárt puha kompetenciák gyakorisága

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

Érdekes összefüggés figyelhető meg továbbá a *tanulási hajlandóság*, mint elvárt kompetencia tekintetében. Nyolc esetben multinacionális vállalat várta el a jövőbeli munkavállalójától és ebből hat esetben fizikai munkakör kapcsán volt fontos e készség megléte. Ez egyrészt tulajdonítható annak, hogy a multinacionális vállalatoknak nagyobb anyagi háttér áll rendelkezésükre, melyeket a munkavállalók fejlesztésére tudnak felhasználni. Azért is lehet ez kiemelkedő fontosságú, mert a MANPOWERGROUP (2018) által végzett kutatás alapján elmondható, hogy a tehetséghiány leküzdése érdekében globális szinten alkalmazott stratégia a munkavállalók számára képzési és fejlődési lehetőségek biztosítása. Ennek fényében tehát, ezek a szervezetek versenyelőnyben lehetnek a tehetségekért folytatott küzdelem során. Másrészt pedig ezek a multinacionális cégek nagyobb eséllyel tudnak új technológiákat bevezetni. Ha például egy termelő szervezetről beszélünk, elengedhetetlen, hogy a fizikai szakmunkát végző egyének megkapják a megfelelő képzést és személyiségükből adódóan hajlandóak is legyenek az új tudás megszerzésére.

Az elvárt kompetenciák vizsgálata során érdemes a szakirodalomban bemutatott kutatásokhoz (*1. táblázat*) visszatérni és azt jelen kutatási eredményekkel összevetni. A *2. táblázat* bemutatja, hogy a szakirodalmi eredmények között az általunk megállapított soft skillek hányban szerepeltek, mint elvárt kompetenciák.

Az összesítés eredményeként elmondható, hogy az öt kutatás közül legalább négyben szerepelt a problémamegoldó készség, a kommunikációs készség, a fejlődési igény/tanulási hajlandóság valamint a csapatmunkára való készség. Ennek fényében elmondható, hogy ezek a kompetenciák rendkívül piacképesnek tekinthetők és keresettek a vizsgált munkáltatók körében is. Ezeket túl legalább három kutatási eredmény tartalmazta az önállóságot, a szervező készséget és

a felelősségteljes munkavégzést/megbízhatóságot, mint a munkaerőpiacon elvárt kompetenciákat.

2. táblázat: **Saját eredmények összevetése más magyar kutatások eredményeivel**

Kompetencia	Előfordulás
Problémamegoldó készség	4
Kommunikációs készség	4
Fejlődési igény/Tanulási hajlandóság	4
Csapatban való munka	4
Önállóság	3
Szervező készség	3
Felelősségteljes munkavégzés/Megbízhatóság	3

Forrás: Saját szerkesztés, 2020

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A kutatás eredményeként elmondható, hogy a régió területén működő cégeknek növekvő kihívásokkal kell megküzdeniük, ami a tehetséges munkaerő megszerzését és megtartását illeti. A legfontosabb kompetenciának a *problémamegoldó készség* bizonyult, mely első ízben a szellemi munkakörök kapcsán kiemelkedően fontos. Ennek értelmében a szervezetek a szellemi munkaerőtől nagyobb önállóságot és döntéshozói szerepet várnak el. Ugyancsak e munkakörök kapcsán kiemelkedő fontosságú a megfelelő *kommunikációs készség* megléte, ami abból eredhet, hogy a szellemi pozíciókban lévők tartják a kapcsolatot az érintettekkel. A *pontoság/precizitás* a fizikai pozíciók esetén bizonyult fontosabbnak. Ez betudható annak, hogy ők azok, akik a szervezet produktumának előállításában játszanak nagy szerepet.

Jelen kutatás eredményeinek már meglévő magyar kutatási eredményekkel való összevetését követően, további skilliek kerültek felszínre. Itt szintén megtalálható a *problémamegoldó készség*. Ezen túl tehetségnek mondható, aki kiemelkedő *kommunikációs készséggel* rendelkezik, valamint önmagával szembeni elvárásként határozza meg a *fejlődési igényt*, azaz hajlandó tanulni. Továbbá piacképes skillnek számít a *csapatban való munkára* való képesség is. A vizsgált szakirodalom és a kutatási eredmények is azt mutatják, hogy ezek megléte egyre jelentősebb, hiszen míg a kemény kompetenciák fejleszthetők, addig a puha kompetenciák többnyire adottak, fejlesztésük rendkívül nehéz idő és költségigényes folyamat.

A munkakör jellegének megfelelő legpiacképesebb puha kompetenciák meghatározása segítséget nyújthat a vizsgálatba bevont szervezet számára. Ezáltal pontosabb szaktanácsadást tudnak nyújtani a hozzáforduló ügyfelek részére az egyes betöltendő pozíciók kapcsán. Mindemellett nemzeti szinten tudatos akciótervek is készíthetők az oktatási intézmények részéről a legnehezebben betölthető szakterületek pozícióit érintő felzárkóztató képzéseket illetően. Ez azért lenne különösen fontos, hogy az oktatásban elsajátítható kompetenciák és a piac által, a munkavállalóktól megkívánt tudás, minél inkább közelebb kerüljenek egymáshoz.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) CIMATTI B. (2016): Definition, development, assessment of soft skills and their role for the quality of organizations and enterprises. *International Journal for Quality Research*. 10/1 pp. 97-130. ISSN 18006450
- (2) CSUGÁNY J. – KOZÁK A. (2018): Regionális munkaerőpiaci problémák – a külföldi munkavállalás súlyosbítja-e az északkeleti régiók helyzetét Magyarországon? *Tér és Társadalom*. 32. évf. 3. sz. pp. 38-53.
- (3) DAJNOKI, K (2014): "Aki keres az talál" – Fogyatékos emberek által betöltött munkakörök feltárása. *Acta Scientiarum Socialium*. 40. pp. 101-110. (4) DAJNOKI, K. – PIEROG, A. – VÖRÖS, P. (2015): Képzési-fejlesztési lehetőségek eredményességének megítélése megváltozott munkaképességű személyeket

foglalkoztató szervezeteknél. *Acta Scientiarum Socialium* 43. pp. 57-66. (5) DAJNOKI, K. – KUN, A.I. (2016): Frissdiplomások foglalkoztatásának jellemzői az agrárgazdaságban. *Gazdálkodás*. 60. évf. IV. szám pp. 289-304. (6) DAJNOKI K. – HÉDER M. (2017): „Új szelek fújnak” – a HR válasza a globalizáció és a változás kihívásaira. *Hadtudomány: A Magyar Hadtudományi Társaság Folyóirata*. 27: E-szám pp. 84-93. (7) ELBERT, N.F. – KAROLINY M. – FARKAS F. – POÓR J (2000): Személyzeti/Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv. Budapest: Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. 579 p. (8) GOLEMAN, D. – BOYATZIS, R.E. – MCKEE, A. (2003): *A természetes vezető*. Budapest: Vince Kiadó. 326. p. (9) HÉDER M. (2017a): A tehetségmenedzsment rendszerek kialakulásának története. *Taylor*. 9. évf. 3-4. sz. pp. 67-77. (10) HÉDER M. (2017b): Munkaerő- vagy tehetséghiány? – Fogalmi különbségek feltárása a hatékony gyakorlati alkalmazás érdekében. *Műszaki és Menedzsment Tudományi Közlemények*. 2. évf. 4. sz. pp. 180-190. (13) KIS K. – HAMPEL GY. – BENKŐ-KIS Á. (2019): Végzett hallgatók elvárt munkaerőpiaci kompetenciáinak vizsgálata. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok. 2019/XIV. évf. pp. 223-232. (14): KSH (2018): Munkaerőpiaci helyzetkép, 2014-2018. <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/munkerohelyz/munkerohelyz17.pdf> (letöltve: 2019.09.30) (15) KSH (2020): A gazdasági szervezetek beruházásainak teljesítményértéke. http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qb005c.html (letöltve: 2020.03.04) (16): MANPOWERGROUP (2018): Solving the Talent Shortage. https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2942250/MG_TalentShortage2018_lo%206_25_18_FINAL.pdf?_hssc=35276798.1.1530791942044&_hstc=35276798.30920dfb6969fdf992ada0dd6e710ecb.1530791942043.1530791942043.1530791942043.1&_hsfp=455123652&hsCtaTracking=bf275e90-4a47-4879-9407-d697352fa1c1%7C3328e579-147a-4fc8-9181-bba97a0f029 (letöltve: 2019.11.01) (17): POÓR J. – BALOGH G. – BÁLINT B. – DOBAY P. – KOLLÁR CS. (2017): Integrált és integráló EEM-rendszerek és eszközök. pp. 359-392. In: *Emberi erőforrás menedzsment kézikönyv. Rendszerek és alkalmazások*. (Szerk. KAROLINY M. – POÓR J.). WoltersKluwer Kft., Budapest, 610 p. ISBN: 9789632956480 (18) SÓS T.(2019): A tudásalapú gazdaság regionális kihívásai a szakképzésben. *Opus et Educatio*. 6 évf. 3. sz. pp. 272-279. (19) SZABÓ K. (2011) *Tehetség és kompetencia. A tudásgazdaság kibontakozásának egy alapvető korlátjáról*. pp. 293-312. In: *Jubileumi tanulmánykötet Nagy Aladár professzor 70. születésnapjára*. (szerk. KOCZINSZKY GY. – BIHARI Á.) Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc, 414 p. ISBN: 9789636619480. (20) SZABÓ SZ. (2014): *Kompetencia alapú emberi erőforrás gazdálkodás*. Nemzeti Közzolgálati Egyetem, Budapest, 59 p. ISBN: 9786155491153. (21) TÉGLÁS T. – HLÉDIK E. (2014): Mít várnak el a nagyvállalatok a pályakezdőktől? http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/22_TothneTeglasTunde_HledikErika.pdf (letöltve: 2020.03.04) (22) TÓTH L. (2010): *Kompetencia alapú oktatás*. https://www.srpszkk.hu/tamop412b/kompetencia_alapu_pedagogia/index.html (letöltve: 2020.04.01) (23) VARGA E. – SZIRA Z. – BODA H. – HAJÓS L.(2017): A munkaerőpiacon elvárt kompetenciák relevanciájának összehasonlító elemzése a munkáltatók és a felsőoktatásban végzős fiatal munkavállalók aspektusából. *Studia Mundi – Economica*. Vol 4. No. 1. pp. 82-93. (24) WÓJCIK P. (2017): Shortage of Talents – a Challenge for Modern Organizations. *Pobrane z czasopisma internationaljournal of synergy*. Vol. 6. pp. 123-135.

SZERZŐK:

Sóskúti Rebeka

Emberi erőforrás tanácsadó MA szakos hallgató
 Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
 soskutirebeka@gmail.com

Héder-Rima Mária

PhD hallgató

Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
 heder.maria@econ.unideb.hu

*A publikáció az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosító számú
 „Tehetségből fiatal kutató” – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban c.
 projekt támogatásával valósult meg.*

A SZÜLŐI MOTIVÁCIÓ ALAPJA AZ UTÁNPÓTLÁSSPORTBAN

THE MOTIVATIONAL BASE OF THE PARENTS IN THE YOUTH SPORTS

Szalánczi Zoltán

ÖSSZEFOGLALÁS

Kutatásomban arra keresem a választ, hogy a szülők milyen későbbi hasznokat remélnék a gyermekük sportolásához kapcsolódóan, továbbá a fiatal sportolók családi háttérét kívánom elemezni. Ahhoz, hogy a gyerekek megszeressék a sportot, és ezáltal megteremtsék az alapját egy egészséges felnőtt életnek, fontos, hogy a kezdő lépéseknél a szülei is támogassák a testmozgást. Célom, hogy megtaláljam a családi háttértől kapott motiváció alapját, és ezáltal meg tudjam határozni melyek azok a faktorok, amik leginkább befolyásolják a szülőket a gyerekek sportolói karrier felé irányításában. Továbbá arra is keresem kutatásomban a választ, hogy mik azok a sport által elérhető lehetőségek, hasznok, amelyek a leginkább motiválják a szülőket a gyerekük sportolásra ösztönzésében, és mik azok a kulcs területek, melyekkel leginkább hatni lehet rájuk. A kutatásom fő célja, hogy meg tudjam határozni a szülők számára legfontosabbnak ítélt területeket a gyermekük sporttevékenységéhez köthető hasznai közül és felmérjem, hogy ehhez a kluboktól milyen segítségre van szükségük. Kutatásomat online kérdőíves módszerrel végeztem, melyre 727 válasz érkezett az ország több régiójából és különböző szintű klubjaiból egyaránt. A vizsgálat lehetővé tette, hogy meghatározzam melyek azok a legfontosabb faktorok és intézkedések, melyek hatással vannak a szülőkre és segítséget nyújtanak számukra.

Kulcsszavak: utánpótlás sport, szülők, családi háttér, sportklubok

ABSTRACT

In my research I am aiming for the clarification of the later benefits what the parents are expecting from their childrens involvement in the sport, and I am analysing the family background of the youth athletes. It is an important task for the parents to support their child with the first steps of the connection with the sport, to help them to forge a good relationship with these activities, and to build a base for a healthy adulthood. My goal is to find the base of this motivation, and to define the factors, what are mostly affecting the parents to lead their child to the opportunity of the sport career. Furthermore I am looking for the factors, what are the key opportunities and benefits achievable by the sports career, and what are the main areas for the parents to get them to be more involved in the youth sports. My main goal is for the research is to define the most importantly judged field by the parents of the benefits reached in the youth sports, and to measure the help needed from the sport clubs. My research was made with online questionnaires. I received 727 answers from various regions of Hungary and also from different level clubs. After my research I was able to define the most important factors and actions form the clubs, to help the parents.

Keywords: youth sport, parents, family background, sport clubs

BEVEZETÉS

Egy HELLSTEDTHEZ (1987) köthető megközelítés alapján a szülők esetében három alapvető csoport/szerep különíthető el: létezik a gyermek sporttal kapcsolatos tevékenységeiben „túlságosan részt vevő” (*over-involved*), egy „kevésbé részt vevő” (*under-involved*) és az esetek döntő többségében „mérésékelt módon részt vevő” (*moderate level*) szülő. A kutatás alapján az utolsó az ideális eset. Több esetben a szülők túlzottan aktívan kapcsolódnak bele a gyermek sporttevékenységébe. Ebben az esetben a fiatal sportolói mivolta köré szerveződik a családi eseményen nagy része és az otthoni környezet és a családi interakciók is a gyermek sporttevé-

kenységéről szólnak (FERGUSON, 2008; SACKS et al., 2006). Ezt a jelenséget SMOLL (1999) egy csapdaként aposztrofálja, melyben felcserélődnek az otthoni szerepek. Erre a legjobb bizonyítékként az szolgál, ha a szülő túlzottan azonosulva, többes szám első személyben számol be gyermeke sporteseményéről. Ilyen tipikus frázis lehet a: „Kikaptunk”, vagy „Megnyertük a meccset”. Ezekben az esetekben a gyermek személyisége sérülhet a túlzott elvárások, plusz nyomás ilyesfajta megfogalmazása által. Fontos, hogy a szülő önértékelése sosem a gyermek teljesítményének függvénye legyen (GYÖMBÉR – KOVÁCS, 2012).

Egy korábbi kutatás alapján, bizonyos családok közül 36% nyilatkozott arról, hogy a gyermekük sportélete az életük egyik fő mozgató rúgója, míg 49% pedig azt válaszolta, hogy a fiatal sporttevékenysége igen nagy hatást gyakorol az életükre. Az esetek többségében a hasonló gondolkodású szülők gyermekei szembesülnek a korai kiégéssel, ami a sportpályafutás elhagyását is jelentheti (KAY – BASS, 2011).

A fiatal sportolók szüleivel kapcsolatos vizsgálatok alapján a másik véglet az, ahol a szülőt egyáltalán nem foglalkoztatja gyermeke sportkarrierje, így a gyermek kompenzálás képpen erősebb kötődést alakít ki társaival vagy edzőjével kapcsolatban. Mint ahogy korábban említettem, a leginkább elfogadott magatartás az, ha a szülők korlátozott módon vannak jelen gyermekük sportkarrierjének építésében akár bátorító, akár támogató magatartással, de a sporton kívül más dolgokat is fontosnak tartanak családi életükben, ahol máshonnan érkező élményekkel is gazdagodhatnak. A határvonalak meghúzése azonban nagyon nehéz (GINSBURG et al., 2006). Kutatás bizonyította be, hogy lényeges eltérések tapasztalhatók már a gyermekek és a sportágak között is arról, hogy mi az, ami elegendő támogatásnak minősül. A sportpszichológiai terápia esetében is fontos, hogy a gyermekeket mindig egyedi esetként kezeljék, mert ahhoz, hogy a megfelelő módszereket alkalmazzák, fontos, hogy a fiatal közvetlen környezetét, családját és annak dinamikáját is feltérképezzék, és csak ezek után képesek megfelelő javaslatokat tenni (SACKS et al., 2006).

1. táblázat: **A szülők gyerekük sportolással kapcsolatos hasznainak csoportosítása**

Személyes hasznok	
Pozitív önértékelés	Önbizalomépítés, tisztában van azzal ki ő, és mire képes.
Felelősségtudat	Elkötelezettség és munka iránti alázat kialakítása.
Sportemberi magatartás, fair play	A győzelem és a vereség elfogadása, a szabályok és ellenfelek tisztelete.
Szociális hasznok	
Barátságok	Más gyerekek megismerése, barátságok kialakítása.
Csapatmunka és együttműködés	Tolerancia kialakulása, más emberekkel való együttműködés fejlődése.
Tisztelet	A felnőttek, edzők iránti tisztelet megalapozása, és az utasítások betartása.
Iskolai előmenetel	A társakkal való közelebbi kapcsolat iskolai hatásai, a csapatmunka előnyei az osztályon belül.
Fizikális hasznok	
Alapvető sport-képességek fejlődése	A fizikális és alapvető motoros képességek fejlődése.
Egészség és fizikális jólét	Az egészséges testkép kialakítása, a fizikális aktivitás hatásai.

Forrás: Saját szerkesztés NEELY és HOLT (2014) alapján

NEELY és HOLT (2014) kutatásában három csoportot határoz meg a szülők gyermekük sporttal kapcsolatos motivációja alapján. A részben strukturált interjúk alapján kiderült, hogy a személyes, szociális, és fizikális dimenzióban jelennek meg elsősorban szülői igények. A szemé-

lyes szempontok közül meghatározóak az önértékelés, felelősségtudat, és fair-play. A szociális tényező ennél lényegesen több részből tevődik össze, melyek lehetnek a barátságok, együttműködés, csapatmunka, alázatosság és a kirekesztés elleni fellépés. Harmadik szempontként a fizikális és az alapvető sporthoz kapcsolódó képességek fejlesztése, maga az egészség megőrzése volt a legfontosabb. A csoportokat és a hozzájuk tartozó dimenziókat az *1. táblázat* mutatja be.



1. ábra: **A gyermekek sporttevékenységével kapcsolatos hasznok**

Forrás: Saját szerkesztés WIERSMA és FIFER (2017) alapján

WIERSMA és FIFER (2017) fókuszcsoportos vizsgálatát alapul véve, meghatározható, hogy a gyermekek sporttevékenységének hasznai két csoportba oszthatók (*2. ábra*). Ezek amint az ábrán is látható jellemzően mentális, társadalmi hasznokat jelentenek számukra. A közös időtöltést kiemelném az interakciók közül, mert kutatásom is erre a dimenzióra irányul. A fiatalok aktív sportja a szülők testmozgással kapcsolatos preferenciáit is befolyásolja a tanulmány alapján.

ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatásomban Magyarország jelentős labdarúgással foglalkozó képzési központjaiban kérdeztem meg a szülőket kérdőív segítségével arról, hogy milyen támogatást kapnak, és ezek közül mit tartanak a legfontosabbnak a gyermekük sportegyesületével kapcsolatban. A kérdőívet 727 szülő töltötte ki az ország több régiójából és különböző szintű egyesületeiből a grassroots szinttől a legmagasabb, elit akadémiai rendszerig. A válaszadók célcsoportjának kialakításakor figyelembe vettem BRONFENBRENNER (2005) modelljét, vagyis a magyar társadalom (makrorendszer), városi településeink (mezorendszer) működő, labdarúgó utánpótlás-nevelő intézményekhez (exorendszer) kötődő szülőket (mikrorendszer) kértem válaszadásra. A kérdőív első részében a demográfiai adatokat dolgoztam fel. A válaszadók 59,4%-a nő, a szülők 73,7%-a házasságban él, valamint 55,6%-a két gyermeket nevel.

A vizsgálatot kérdőív segítségével végeztem, melynek az első részében demográfiai kérdéseket tettem fel, majd a továbbiakban egy 5 fokozatú likert skálát alkalmaztam, és végül zárt és nyílt kérdések segítségével igyekeztem az összefüggéseket minél mélyebben feltárni. A likert skálán fontosnak tartottam a középű, semleges érték meghagyását a téma érzékenysége miatt, hogy amennyiben valaki nem kívánja elhatárolni véleményét egyik irányba sem, úgy legyen ennek a lehetősége. Az eredmények feldolgozásához leíró statisztikai módszereket használtam, a válaszok eloszlását figyeltem, majd a változókat faktoranalízis útján csoportosítottam. A modellen feltáró faktorelemzést végeztem, hogy meghatározzam azokat az attitűdöket, ame-

lyek alapján szegmentálni akarok a vizsgált sokaságot. A faktorelemzést Maximum Likelihood módszerrel végeztem, a faktorok számát a sajátérték könyökszabály, valamint a magyarázott variancia alapján határoztam meg. A Kaiser-Meyer-Olkin kritérium alapján a skáláink alkalmasak a faktorelemzés végrehajtására, amit a Bartlett próba eredménye is alátámaszt ($p < 0.05$).

EREDMÉNYEK

A kérdőívre érkezett válaszok alapján (*1. táblázat*) kijelenthető, hogy a szülők bizonyos támogatási kategóriákat fontosabbnak tartanak a sportegyesületek részéről a gyermekük sporttevékenységét kiegészítve, mint másokat. A leginkább fontosnak ítélt támogatás (74% számára nagyon fontos) az információ áramlás létrejötte a szülő és a gyermek sporttevékenységét nyomon követő edző, egyesület között. Fontos megemlíteni, hogy az akadémiai rendszerben a szülők nem lehetnek jelen a fiatalok edzésein, kizárólag a meccsre mehetnek be. Ez a korlátozás lehet az alapja annak az igénynek, ami a szülők részéről megfogalmazódik a gyermekük fejlődésének közelebbi nyomon követésével kapcsolatban, hiszen a személyes jelenlétük erősen korlátozott az edzések, és idegenbeli mérkőzések tekintetében.

További hangsúlyos kategória (70,1% számára nagyon fontos) a felszerelések biztosítása. A jelenlegi, sportegyesületek számára igénybe vehető társasági adó és egyéb állami támogatások is ezt az igényt elégítik ki, mert a kluboknak lehetősége van pályázniuk ezekre a felszerelésekre egy minimális önrész mellett, így a szülők részéről ez egy valós elvárást testesíthet meg, a klubok számára pedig csekély áldozattal jár.

Fontos szempontként (60,2% számára nagyon fontos) szerepel még a gyermekek iskolai előmenetele is. A szülők számára jogos kérés az egyesület felé, az, hogy a fiatalok számára az edzések tervezésénél tartsa az edző szem előtt az iskolai kötelezettségeket is. Azzal, hogy a gyerekek számára a sporton kívül az iskolai képzést is támogatja egy klub, egy kettős életpálya modellt tud a játékosai számára teremteni. A sportolói karriert rengeteg tényező befolyásolhatja, így nem csak a szülők, de a sportegyesület számára is fontosnak kell lennie a tanulmányoknak. Ha esetleg a gyermek sportpályafutása nem emelkedik a legmagasabb szintre, még továbbra is van esélye civil karriert teremteni maga számára, ha az iskolában is megfelelő teljesítményt nyújt. A két tevékenység akár egymást segítheti is, ha a sportban tapasztalt maximalizmust és küzdőszellemet át tudja ültetni a tanulmányaiba is a gyermek. Kevésbé hangsúlyos, de továbbra is jelentős szempont a gyermekek értékrendjeinek alakítása a sporton keresztül. Véleményem szerint ezért is fontos a szülő és edző közötti folyamatos kapcsolattartás, mert a mai modern világban az edző a második apja/anyja a gyermeknek, ezért a nevelésében fontos szerepe van. Amennyiben a szülők el tudják mondani az általuk fontosnak vélt értékeket az edzőnek, úgy azt könnyebben tudják a gyermekbe táplálni a tréner segítségével. Továbbá a gyermek a sporton keresztül megtapasztalhatja azokat az értékeket is, amik leginkább a versenyhelyeztetben van jelen az életünk során, úgy, mint a fair play, a küzdőszellem, és a győzni akarás, esetleg a kudarcok feldolgozásának képessége.

Számomra meglepő, hogy az anyagi javakról és a szabadidőről való lemondással kapcsolatos terhek nem jelentkeztek nagyobb értékekkel (21,8% és 26,6% számára nagyon fontos), de ha az átlagokat nézzük, még így is fontos szempontok. Jelenleg majd minden sportegyesületben bizonyos korig tagdíjat kell fizetniük a szülőknek, így havi rendszerességgel egy kiadást generál a gyermek sportolása. Sok hátrányosabb helyzetű családban ez nehézséget jelenthet, így a sportegyesületek számára szem előtt kell tartani ezt a szociális szempontot is. Továbbá nem feltétlen anyagi segítségként, de komoly hangsúlyt kell fektetni a gyermekek edzésre szállítására is, mert a szülők a munkahelyi elfoglaltságuk miatt, vagy akár a szabadidőjük korlátozottsága révén nagy nehézségek árán tudják csak eljuttatni a csemetéjüket edzésre/mérkőzésre. A kérdőívben lehetőség volt a szülőknek saját maguk által fontosnak tartott, a listában nem szereplő területek

megjelölésére is. Ebbe a csoportba a válaszadók nem mindig adtak egyértelmű visszajelzést, de aki igen, az legfőképp a szülő és edző közötti kommunikáció fontosságáról írt.

2. táblázat: **Az egyesületi támogatás formái**

Tehermentesítsen az edzésre, mérkőzésre jutással							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	112 (15,4%)	70 (9,6%)	191 (26,3%)	160 (22%)	193 (26,6%)	727	3,35
Költségmentességet, kedvezményt biztosítson számunkra							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	135 (18,6%)	86 (11,8%)	206 (28,4%)	141 (19,4%)	158 (21,8%)	727	3,14
Felszerelést biztosítson az edzésekre, mérkőzésekre							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	12 (1,7%)	9 (1,2%)	62 (8,5%)	134 (18,5%)	509 (70,1%)	727	4,54
Megfelelő információkat nyújtson számomra a sportteljesítményéről és fejlődéséről							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	4 (0,6%)	12 (1,7%)	58 (8%)	115 (15,8%)	537 (74%)	727	4,61
Az értékrendemmel azonos értékeket adjon át gyermekemnek							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	29 (4%)	19 (2,6%)	114 (15,7%)	163 (22,5%)	401 (55,2%)	727	4,22
Elég időt hagyjon a tanulásra							
	1 (Nem fontos)	2	3	4	5 (Nagyon fontos)	Összesen	Átlag
Összesen	6 (0,8%)	11 (1,5%)	91 (12,5%)	181 (24,9%)	437 (60,2%)	727	4,42

Forrás: Saját szerkesztés

A faktoranalízisből (2. táblázat) jól látható, hogy a szülők által elvárt támogatása a sportegyesületektől legfőképp három csoportba osztható. A faktorsúlyokat a változó után jelöltem zárójelben. Az első és legnagyobb kategória az anyagi és logisztikai terhek mérséklése. Ebbe a kategóriába tartozik egyrészt a megfelelő felszerelés biztosítása az edzésekre és a mérkőzésekre (0,318), amely jelentős terhet vesz le a családi kasszáról, másrészt pedig a költségmentesség a sportszolgáltatás oldalát tekintve (0,803), továbbá fontos szempont, hogy a sportegyesületeket a modern élet nehézségeit próbálják a szülők számára enyhíteni, hiszen a gyermekek edzésre való eljutása komoly áldozatokkal, sokszor a szabadidőjükéről történő teljes lemondással jár (0,578). Sok válaszadó kiemelte, hogy nagyon fontos számára az, hogy az egyesület tehermentesítse az edzőkomplexumba, mérkőzésekre járás alól azzal, hogy a gyerekeket központilag szállítják. A második csoporthoz tartozik az a szempont, hogy az egyesületnek figyelemmel kell kísérni a

játékosok élethelyzeteit, és elegendő időt hagynia a tanulásra (0,671), valamint a nevelési feladatokba való segítségeket is ide sorolták, mert sok szülőnek igénye van arra, hogy a gyermekének hasonló értékrendet közvetítsen a klub és az edző, mint amit otthon próbálnak a fiatalba táplálni (0,430). A harmadik faktor a megfelelő információt szolgáltatását emeli ki a gyermek személyiségében és sportteljesítményében bekövetkező változásokról egyaránt. Egyfajta folyamatos információ áramlást igényelve a szülők számára (0,685).

3. táblázat: Az egyesületi támogatással kapcsolatos faktorkok

Az egyesületi támogatás formái			
	Terhek mérséklése	Értékrend és egyéb karrier	Információ átadása
költségmentességet, kedvezményt biztosítson számunkra	,803	,049	,029
tehermentesítsen az edzésre, mérkőzésre jutással	,578	,167	-,007
felszerelést biztosítson az edzésekre, mérkőzésekre	,318	,037	,194
elég időt hagyjon a tanulásra	,123	,671	,015
az én értékrendemmel azonos értékeket adjon át gyermekemnek	,060	,430	,227
megfelelő információkat nyújtson számomra a sportteljesítményéről és fejlődéséről	,066	,149	,685

Forrás: Saját szerkesztés

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatásom alapján egyértelmű választ kaptam arra, hogy a szülőknél határozott elképzelésük van arról, hogy a gyermekük sportolásához kapcsolódóan milyen későbbi hasznokra tehetnek szert, legyen az szociális, anyagi, vagy a gyermek későbbi jólétét befolyásoló faktor. Jellemzően azokat a pozitív hatásokat emelték ki a szülők, ahol a gyermekükkel kapcsolatos emocionális kötődés egyfajta megerősödése, és az ehhez kapcsolódó pozitív érzések tapasztalhatók. Ilyen a büszkeség, vagy az élmény biztosítása, melynek a központjában a gyermek áll.

A kutatás eredményeiből jól látható az is, hogy a szülők támogatása a sportegyesületek által legfőképp három csoportba osztható. Az első és legnagyobb kategória az anyagi terhek mérséklése. Ebbe a kategóriába tartozik egyrészt a megfelelő felszerelés biztosítása az edzésekre és a mérkőzésekre, amely jelentős terhet vesz le a családi kasszáról, másrészt pedig a költségmentesség a sportszolgáltatás oldalát tekintve. A második kategória a modern élet nehézségeit próbálja a szülők számára enyhíteni, hiszen a gyermekek edzésre való eljutása komoly áldozatokkal, sokszor a szabadidőjükéről történő teljes lemondással jár. Sok válaszadó kiemelte, hogy nagyon fontos számára az, hogy az egyesület tehermentesítse az edzőkomplexumba, mérkőzésekre járás alól azzal, hogy a gyerekeket központilag szállítják. Ehhez az időmenedzsmenthez kapcsolódó csoporthoz tartozik továbbá az is, hogy az egyesületnek figyelemmel kell kísérni a játékosok élethelyzeteit, és elegendő időt hagynia a tanulásra. A harmadik csoportba a nevelési feladatokba való segítségeket soroltam, mert szintén sok szülőnek igénye van arra, hogy a gyermekének hasonló értékrendet közvetítsen a klub és az edző, mint amit otthon próbálnak a fiatalba táplálni, továbbá megfelelő információt szolgáltatassanak a gyermek személyiségében és sportteljesítményében bekövetkező változásokról is.

FELHASZNÁLT IRODALOM

(1) BRONFENBRENNER, U. (2005). Making human beings human: Bioecological perspectives on human development. Thousand Oaks, CA: Sage. (2) FERGUSON, A. (2008): Inside the crazy culture of kids sport. GoSportsLife Website. www.gosportslife.com/inspiration/2008/3/31/inside-the-crazy-culture-of-

kids-sports.html. (3) GINSBURG, R.D. – DURANT, S. – BALTZELL, A. (2006): Whose game is it, anyway. Houghton Mifflin Company, NY. (4) GYÖMBÉR N. – KOVÁCS K. (2012): Pici lábak a pályán, avagy a fiatalkori sport pszichológiája. In: GYÖMBÉR N. – KOVÁCS K. (szerk.): Fejben dől el. Sportpszichológia mindenkinek. Noran Libro, Budapest. pp. 191-220. (5) HELLSTEDT, J. C. (1987). The coach/parent/athlete relationship. Sport Psychologist. 1. pp. 151-160. (6) KAY, T. – BASS, D. (2011): The family factor in coaching. In: IAN STAFFORD, I. (ed.): Coaching Children in Sport. Routledge, NY. (7) NEELY, K. – HOLT, N. (2014). Parents' Perspectives on the Benefits of Sport Participation for Young Children. Sport Psychologist. 28. pp. 255-268. 10.1123/tsp.2013-0094. (8) SACKS, D.N. – TENENBAUM, G. – PARGMAN, D. (2006): Providing Sport Psychology Services to Families. In: DOSIL, J. (ed.): The Sport Psychologist's Handbook: A guide for sport- specific performance enhancement. John Wiley & Sons, Ltd., West Sussex, England. pp. 39-61. (9) SMOLL, F.L. – SMITH, R. E. (1999): Sports and your child: A 50-minute guide for parents. Warde Publishers, Portola Valley, CA. (10) WIERSMA, L.D. – FIFER, A.M. (2008). "The schedule has been tough but we think it's worth it": The joys, challenges, and recommendations of youth sport parents. Journal of Leisure Research. 40. pp. 505-530.

SZERZŐ:

Szalánczi Zoltán

PhD hallgató

Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar

szalanczi.zoltan@econ.unideb.hu

*A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú,
Debrecen Venture Catapult Program című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió
támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.*

