

## SPORTCÉLÚ UTAZÁSOK AGEING VETÜLETBEN

<sup>1</sup>Hegedűs Réka – <sup>2</sup>Csóka László – <sup>3</sup>Törőcsik Mária

<sup>1</sup>Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, MTI, [hegedus.reka@ktk.pte.hu](mailto:hegedus.reka@ktk.pte.hu)

<sup>2</sup>Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, MTI, [csoka.laszlo@ktk.pte.hu](mailto:csoka.laszlo@ktk.pte.hu)

<sup>3</sup>Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, MTI, [torocsik.maria@ktk.pte.hu](mailto:torocsik.maria@ktk.pte.hu)

DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.04

### Absztrakt

Magyarország lakossága az európai országokhoz hasonlóan öregedő tendenciát mutat. Növekszik a születéskor, valamint a 65 éves korban várható élettartam, amelyek következtében a megnövekedett életévek megfelelő életminőség mellett válhatnak tartalmassá. Ennek fontos területe a mozgás és sport. Így kiemelt feladattá válhat az idős generáció bevonása a sportfogyasztás és sportturizmus érintettjei közé. Tanulmányunkban a sporttal kapcsolatos egyéni attitűdök és érdeklődés valamint a sportturizmus összefüggéseit vizsgáljuk a magyar lakosság körében, különös tekintettel az 50-70 évesek csoportjára. Az EFOP-3.6.2-16-2017-003: „Sport-Rekreációs- és Egészséggazdasági Kooperációs Kutatóhálózat létrehozása” című projekt keretében végzett, a magyar lakosság sportfogyasztási szokásait feltáró felmérés eredményei alapján bemutatjuk az ötven- és hatvanévesek sporttal kapcsolatos hozzáállását és sportcélú utazási szokásaikat. Ennek alapján javaslatok, sport- és népegészségügyi programok, sportturisztikai projektek kerülhetnek megfogalmazásra, melyek segíthetnek abban, hogy az idősebbek fogyasztását, aktivitását magasabb szintre lehessen emelni.

*Kulcsszavak: idősmarketing, ageing, sport, sportturizmus*

A kutatás az Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program, EFOP-3.6.2-16-2017-003: „Sport-Rekreációs- és Egészséggazdasági Kooperációs Kutatóhálózat létrehozása” és az EFOP-3.6.1-16-2016-00004 „Átfogó fejlesztések a Pécsi Tudományegyetemen az intelligens szakosodás megvalósítása érdekében” projektjeinek támogatásával készült.

## **Abstract**

The population of Hungary, similar to the European countries, shows an ageing tendency. The life expectancy at birth and after 65 is growing, as a consequence of which the increased years of life can become meaty besides adequate life quality. An important related area is activity and sports. Accordingly, it can become a priority task to involve the older generations into sport consumption and sport tourism. In their study the authors examine the connections between the attitudes toward sports and sport tourism among the Hungarian population with particular regard to the 50-70 years old people. Based on the results of the survey, carried out within the framework of the project EFOP-3.6.2-16-2017-003: “Cooperative Research Network in Economy of Sport, Recreation and Health”, focusing on the sport consumption habits of the Hungarian population the sport-attitudes and travels by reason of sport of the elderly cohorts are demonstrated. On this basis proposals, sports and public health programmes and sports tourism projects can be drafted, which could level up the consumption and activities of the elderly to a higher level.

*Key words: senior marketing, ageing, sport, sport tourism*

This research was partially supported by the Human Resource Development Operational Programme, grant No.: EFOP-3.6.2-16-2017, Cooperative Research Network in Economy of Sport, Recreation and Health and grant No.: EFOP-3.6.1-16-2016-00004: “Comprehensive improvements to the University of Pécs in order to achieve the smart specialisation”.

## Bevezetés

A 19. század második felétől kezdve a sport világméretű szabadidő-mozgalommá vált (ELIAS, 1971), így kiterjesztette a tevékenységéhez kapcsolható kutatásokat és gazdasági lehetőségeket is. A hivatásszerű sportolókat kivéve, a hétköznapi emberek sport- vagy rekreációs tevékenységet szabadidejében végez, mely egyben a legkedveltebb időtöltések közé tartozik (ANDORKA, 2006). Kérdéses azonban, hogy ez az általánosságban fiatalokhoz kapcsolt tevékenység (CSÓKA, 2019; Lampek et al., megj.alatt), mennyire jelenik meg az idősebb korosztály mindennapjaiban, attitűdjeiben vagy épp fogyasztói magatartásában. Értve ez alatt nem csak az aktív és rendszeres testmozgás beépítését életvitelükbe, vagy a sportcélú vásárlásokat (például kondibérletek, felszerelések, médiatartalmak), hanem a sportcélú utazásokat is, mely a sportturizmus alapfeltételeként jelenik meg.

Tekintettel arra, hogy Európában és Magyarországon is egyre magasabb az idősek aránya, egyre inkább szükséges a figyelmünket az egészségben eltöltött életévek számának növelésére és a megélt életminőségre irányítani annak érdekében, hogy az 50-60 év felettek is minél jobb szellemi és fizikai állapotban töltsék el időskori éveiket (UNITED NATIONS, 2017, MONOSTORI - GRESITS, 2018, KSH, 2019).

Figyelmünk középpontjában az 50-70 éves korosztály áll, mert életük ezen időszaka alatt számos pszichológiai, fizikai és társadalmi szintű változást élnek át (az életközépi válságot követően az ötvenéves változást, majd az időskorba lépést és annak megélését is), melyek attitűdbeli és szokásbeli változásokat hoznak magukkal (lásd többek között FROLKIS, 1980, ERIKSON, 1982, GORMAN, 1993). Ezen változások megjelenhetnek a korérzékelésben (HEGEDÜS et al., 2018), a fogyasztási, vásárlási viselkedésekben, a generációk közötti konfliktusokban (TÖRŐCSIK - NÉMETH, 2018), de a sporthoz, utazáshoz való hozzáállásban és magatartásban is. A nyugdíjazás előtti, alatti és utáni időszak alapvető átalakulásokat és alkalmazkodási kényszereket hoz mind az egyén, mind a közvetlen környezete életében (GIDDENS, 2003, TURAI, 2009, VARGHA, 2015). Csökken a jövedelem (meg kell gondolni mire és mennyit költ az ember); megkezdődik a munkahelyi és egyéb kapcsolatok leépülése; a felszabadult idő kezdetben, vagy végleg problémát jelent (mit kezdjen vele); és a fiatalabb generáció tiszteletének elvesztése tudásuk és szakértelmük iránt ugyanolyan mentális problémához vezethet, mint a feleslegesség érzése vagy a fizikai állapot leromlása.

Az idősebb korosztályok sportturizmusba történő bevonása azért is adhat új feladatokat és piacokat a szakemberek számára, mert Magyarország aktív sportolás tekintetében alulmarad az európai átlaghoz képest (ÁCS et al., 2011, GLOBAL AGE-WATCH INDEX, 2015, LAMPEK, 2015, EUROPEAN UNION, 2017, EUROBAROMETER, 2018). Ebből kifolyólag érdemes lehet az aktív mellett a passzív sportolási lehetőségek irányából közelíteni a korosztályi problémák csökkentéséhez.

Kutatási kérdésünk tehát, hogy az 50-70 éves korosztály hogyan viszonyul a sporthoz, sportoláshoz és a sportágakhoz, és ezen beállítódások és érdeklődések, vagy a nemsportolás okai hogyan befolyásolják az aktív és passzív sportcélú utazásokat.

### 1. Szakirodalmi áttekintés

A sportturizmus tudományterülete interdiszciplináris megközelítést igényel, egyrészt az e területen is folyamatosan változó trendek (TÖRŐCSIK - JAKOPÁNECZ, 2018, TÖRŐCSIK - CSAPÓ, 2018), másrészt az átfogó, nemzeteken is átívelő iparági igények miatt. Fogyasztói keresleti igények között elsődleges utazási motivációként a sport jelenik meg aktív és passzív formában egyaránt, melyek eltérő utazási célok, turizmustípusok vagy turisztikai termékek kifejlesztését kívánják meg (CSAPÓ et al., 2018, 2019, CSAPÓ – GONDA, 2019; CSAPÓ - TÖRŐCSIK, 2019; GONDA - CSAPÓ, 2019a). Ezek kielégítéséhez elengedhetetlen a professzionális módon kivitelezett piackutatás, tervezés, szervezés és lebonyolítás, hogy a társadalmi és gazdasági

jelenségnek tekintett sport összesímitható legyen az élményközpontú turizmussal (MARTON, 2015, GONDA - CSAPÓ, 2019b).

Aktív formának tekintjük a konkrét fizikai sporttevékenységeket is magában foglaló sportcélú utazást, míg a passzív sportturisták csak szemlélik és élvezik a sporteseményeket és az ezzel járó környezetváltozást (lásd többek között GIBSON, 2006, BORBÉLY - MÜLLER, 2015, GONDA, 2016). A szakemberek kiinduló utazási motivációkként - az aktivitás mellett – több eltérő okot is beazonosítottak, többek között az eseményeken történő részvételt vagy nosztalgiát akár élő sportesemény nélkül is (ROBINSON - GAMMON, 2007, RITCHIE - ADAIR, 2004).

Jelen tanulmányban a szabadidős sportturistákra fókuszálva megállapítható, hogy motivációjuk lehet toló (push) jellegű, mely esetében a fő motiváció a hétköznapiakból való kiszakadás, a valahova (közösséghez) tartozás élménye, baráti kapcsolatok fenntartása, valamint annak az esélynek a megteremtése, hogy olyat tegyenek, amit amúgy nem tennének. A kapcsolatszerzési és -fenntartási motiváció egyébként magára a sportolási kedvre és rendszerességre is pozitív fokozóként hat (UMPIERRE et al., 2011, richards et al., 2015, VAN DYCK et al., 2015, BOROS, 2017). A másik motiváció húzó (pull) jellegű. Ennek során vonzó számukra a mérkőzés, a verseny izgalma, magával ragadó légköre és feszültsége (HINCH - HIGHAM, 2001). A mai élménycentrikus világban a sportversenyek látogatottságának motivációja is az élmények átélése és megragadása felé tolódik, szemben „csak” a sportolók vagy sportcsapatok követésével, továbbá növekednek az elvárások a kiegészítő programok és szolgáltatások iránt (BORBÉLY - MÜLLER, 2015). Természetesen, ahogy bármelyik korosztályra, úgy az idősekre is jellemzőek a nemfogyasztás, nemsportolás, nemturizmus sajátosságai és hatnak rájuk az ezzel kapcsolatos aktuális trendek. (TÖRŐCSIK et al., 2018, CSAPÓ et al., 2019). Különösen fontos témakör lehet ez a szeniorok esetében, akik számottevően kevesebbet sportolnak és utaznak, mint fiatalabb kortársaik és havi jövedelmük is elmarad a gazdaságilag aktív társaikétól.

Mint a szeniormarketing (TÖRŐCSIK, 2016), úgy a szeniorturizmus is lassú, de jelentős átalakuláson ment keresztül az elmúlt évtizedekben, mely során a korábbi felfogással ellentétben gazdaságilag is egyre inkább fontos szereplőivé váltak a turisztikai iparágaknak az idős emberek (GYULAVÁRI - ÁSVÁNYI, 2019). Nemzetközi szinten már több olyan koncepció (szeniorbarátság, akadálymentesség, nemzeti alap szenioroknak, specializálódás a réteg irányába) és szervezet létezik, melyek meghatározó szerepet töltenek be a szenior turizmus területén megvalósult projektekből kezdeményezőként, támogatóként, vagy megvalósítóként. Szeniorbarát védjeggyel jelenleg egyedül Ausztria rendelkezik („RAL Quality Mark 50plus hotels<sup>1</sup>”). Országoként persze eltérőek a lehetőségek a turisztikai kínálatban és a szolgáltatók felkészültségében, emellett az idős turisták utazásának körülményeit nagymértékben befolyásolják a közlekedési eszközök használhatóságának körülményei, továbbá az árképzés során kialakított kondíciók. Többek között Magyarországra is jellemző, hogy minden 65 év feletti lakos és az országba érkező külföldi szenior turista is ingyen utazhat.

---

<sup>1</sup> Az időskorúak részére alkalmas épített környezettel rendelkező, valamint a célcsoport számára érdekes élményekre, utazási csomagokra specializálódott szállodákat jelenti.

Preferenciáik a rájuk jellemző sajátosságokból fakadnak (CABER - ALBAYRAK, 2014), de egyre inkább hasonulnak a fiatalabb korosztályok általános turisztikai céljaihoz, például ők is egyre inkább élménykeresők (KOLOS et al., 2014). Gyulavári - Ásványi (2019) alapján az idősök eltérnek a többi piaci szegmentumtól az alábbi tényezők mentén:

- *szabadidő*: többnyire a nyugdíjas kor elérése után jelentősen megnő, hosszabb utakra is lehetőségük adódik, kihasználhatják a holszezonokat (MARTON et al., 2019) és kevésbé számottevő a gyerekek iskolai kötöttsége;
- *utazási tapasztalatok*: a fiatal szeniorokra jelentős utazási tapasztalatok jellemzők, így új igény jelenik meg a népszerű desztinációkon kívüli élményekre, hiszen előbbieket már láthatták, ebből adódóan is kevésbé jellemző rájuk a sznobhatás;
- *komfort*: keresik és igénylik a komfortot növelő (akár extra) szolgáltatásokat, melyek főleg az egészségi állapottal kapcsolatosak;
- *minőség*: rendkívül fontos számukra életminőségük fenntartása (orvosi ellátások, egészségesebb étkezés és környezet, egészségügyi biztonság) (SOMOGYI - MICHALKÓ, 2016), de már a gyógyturizmuson túlmutató igényekkel is rendelkeznek;
- *racionális, igényesség*: könnyelmű költsékezésbe nem kezdenek, de megszokott igényeikhez ragaszkodnak, érzékenyek, heterogének abból a szempontból, hogy inkább magukra vagy családjukra/gyerekeikre akarják költeni megtakarításaikat;
- *feminizáció*: a nők magasabb aránya meghatározza a keresleti jellemzőket;
- *egyszemélyes háztartások*: válások, özvegyesség és a magány miatt felértékelődik az igény a csoportos utazások irányába;
- *társadalmi kiszorítottság*: az érzés erőssége miatt vonzódnak azon szolgáltatások iránt, ahol a társadalmi csoportok vegyesen jelennek meg.

## 2. Módszertan

2018. május-júniusában 2000 fős személyes megkérdezést végeztünk abból a célból, hogy a magyar lakosság magatartását és véleményét több, sportfogyasztáshoz kötődő témakörrel kapcsolatban is vizsgáljuk. A megkérdezés reprezentatív a 15-74 éves magyar lakosságra nem, korcsoportok (10 éves intervallumok) és a lakóhely régiója alapján. Kvantitatív kutatásunkkal célunk volt, hogy a keletkező adatok valid képet adjanak a magyarországi sportfogyasztási szokásokról. A sportfogyasztáshoz kapcsolódóan kérdőívünkben külön figyelmet kapott a sportcélú fogyasztás és utazások kérdésköre, amelynek egyes eredményeit jelen tanulmányunkban mutatjuk be. Az eredmények feldolgozásához és elemzéséhez az IBM SPSS Statistics 24, illetve a Microsoft Excel 2013 programokat használtuk. Tanulmányunkban a sportcélú fogyasztáshoz kapcsolódó kérdések gyakorisági elemzését, nemek és generációk szerinti demográfiai háttérelmézését – különös tekintettel az 50-70 évesek körére (n=680 fő), valamint más sportfogyasztási kategóriákkal való összehasonlítását mutatjuk be. Ennek során Chi-négyzet próbával vizsgáltuk, hogy a generációk, és az egyes sportfogyasztási kategóriákhoz tartozó kérdések mentén kialakítható csoportok sportcélú utazási kérdéseire adott válaszaiban vannak-e statisztikailag igazolható, szignifikáns eltérések 5%-os szignifikancia határérték mellett (ehhez kapcsolódóan ábráink mellett vagy a szövegek környezetben minden esetben feltüntettük a p értéket is). A sportfogyasztási kategóriák közül a sportolásban való aktív részvételt, a sportrendezvények élményként történő fogyasztását, a sporthoz kapcsolódó termékek és szolgáltatások fogyasztását, valamint a nemsportolás témakörét vizsgáltuk.

Korosztályokat tekintve a klasszikus szemléletű kohorszképzés (PÁL et al., 2017) – fiatal generáció (29 éves korig), középgeneráció (30-59 évesek) és idős generáció (60+) szerinti besorolást (SMITH - CLURMAN, 1997) használtuk fel viszonyítási felosztásként az általunk kijelölt 50-70 évesek köréhez képest, kiket adott esetben az ötvenesek és hatvanasok csoportjára bontottunk.

A vizsgált kohorsz demográfiai adatait az 1. táblázat szemlélteti.

**1. táblázat: Az 50-70 éves korcsoport demográfiai adatai**

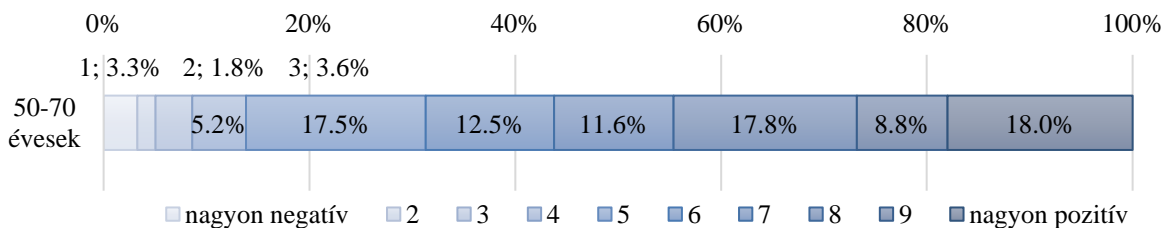
Neme		Régió		Egy háztartásban élők száma	
Férfi	44,5 %	Közép-Magyarország	28,9 %	NV	0,8 %
Nő	55,5 %	Közép-Dunántúl	10,5 %	1	26,4 %
<b>Családi állapot</b>		Nyugat-Dunántúl	9,5 %	2	46,8 %
hajadon/nőtlen	3,9 %	Dél-Dunántúl	10,5 %	3	14,5 %
házas	55,7 %	Észak-Magyarország	11,4 %	4	7,5 %
elvált	21,1 %	Észak-Alföld	15,5 %	5	2,5 %
özvegy	12,9 %	Dél-Alföld	13,6 %	6	1,2 %
élettársi kapcsolatban él	6,4 %	<b>Legmagasabb befejezett iskolai végzettség</b>		7	0,3 %
<b>A válaszadó BMI értéke</b>		NV	0,3 %	<b>Saját gyermek</b>	
soványság	0,5 %	legfeljebb 8 általános	18,8 %	NV	0,4 %
normál testsúly	27,5 %	szakmunkásképző, szakiskola	37,1 %	van	88,3 %
túlsúly	35,3 %	szakközépiskolai érettségi	20,5 %	nincs	11,3 %
elhízás	24,9 %	gimnáziumi érettségi	9,0 %	<b>Háztartásban élő gyermekek száma</b>	
NA	11,8 %	felsőfokú technikum	3,7 %	0	59,9 %
<b>Sporttevékenységet gátló betegség</b>		főiskolai diploma	8,3 %	1	18,0 %
NV	1,7 %	egyetemi diploma	2,2 %	2	7,8 %
igen	39,4 %	<b>Család havi nettó jövedelme</b>		3	2,0 %
nem	58,9 %	NV	3,4 %	4	0,6 %
<b>Gazdasági aktivitás</b>		Nagyon jól megél(nek) belőle és félre is tud(nak) tenni	2,4 %	<b>Sportolók száma a háztartásban</b>	
NV	0,5 %	Megél(nek) belőle, de keveset tud(nak) félre tenni	33,0 %	0	80,1 %
aktív fizikai dolgozó	33,0 %			1	13,8 %
aktív szellemi dolgozó	14,2 %	Éppen elegendő, hogy megéljen(ek) belőle, de félretenni már nem tudnak	50,5 %	2	4,3 %
nyugdíjas	46,2 %			3	1,6 %
munkanélküli	2,1 %			4	0,2 %
egyéb inaktív kereső	3,8 %	Néha arra se nagyon elég, hogy megéljen(ek) belőle	7,9 %		
egyéb eltartott	0,2 %	Rendszeresen napi megélhetési gondjai(k) vannak	2,8 %		

Forrás: saját szerkesztés

### 3. Eredmények

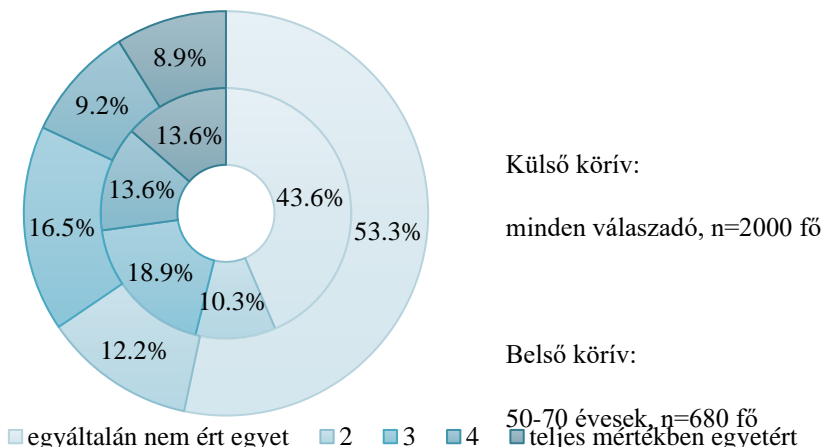
Sportolással és sportfogyasztással kapcsolatos attitűdök vizsgálatánál fontos tényező, hogy a vizsgált fogyasztói réteg miként vélekedik és érez, ha meghallja egyáltalán a sport, sportolás kifejezéseket. A teljes 2000 fős mintát vizsgálva megállapítható (CSÓKA - TÖRŐCSIK, 2018), hogy összességében és alapvetően pozitív érzelmeket vált ki a válaszadókból a sport kifejezés – minden generáció esetében egyaránt, de az életkor előrehaladtával fokozatosan csökken a pozitív hozzáállás mértéke. (Tízfokozatú Likert-skálán kértük az értékelést, ahol az 1-es azt jelentette, hogy nagyon negatív érzéseket keltenek bennük a kifejezések, míg a 10-es, ha nagyon pozitívokat.) Az idős generáció tagjairól megállapítható, hogy több mint 20%-kal negatívabban érznek, mint a fiatalok és 10%-kal rosszabb a véleményük, mint a közép generációsoké. A fokozatos romlás 10 éves intervallumokban is kimutatható. Az 1. ábrán külön kiemelve az 50-70 évesek véleményét szemléltetjük, melyről leolvasható, hogy több mint 50%-uk inkább pozitívabban vélekedik a kifejezésről (7-10-es értékelések a skálán), de ezzel szemben áll az is, hogy sokan közülük szimpatizálnak azzal az állítással, hogy a sportolás csak a fiataloknak való (2. ábra; ötfokozatú Likert-skálán mérve, ahol az 1-es azt jelentette, hogy egyáltalán nem ért egyet, míg az 5-ös, hogy teljes mértékben egyetért). Több mint 13%-uk teljes mértékben egyetért vele, és a teljes válaszadói bázishoz képest 10%-kal többen hajlanak inkább az egyetértés irányába. A választott korcsoportról továbbá megállapítható, hogy közel azonos százalékban tartoznak közéjük a sport iránt érdeklődő személyek (35,7%; 7-10-es értékeléseket figyelembe véve) és nem érdeklődő egyének is (37,1%; 1-4-es értékeléseket nézve). Összességében nézve kicsivel többen, mint a csoport fele inkább nem érdeklődik a sport (sportok, sportolás) iránt (3. ábra; tízfokozatú Likert-skálán mérve: 1 – egyáltalán nem érdeklő, 10 – nagyon érdeklő), és életkor tekintetében nincs számottevő különbség az ötvenévesek és hatvanévesek között. Így azt gondoljuk, hogy a sportok iránti érdeklődés inkább attitűdbeli különbségekből ered, mint az életévekből az 50-70 évesek korcsoportjában, szemben a háromgenerációs felosztással, ahol kimutatható, hogy a fiatalabbakat jobban érdeklő a sport.

**1. ábra: Milyen érzése van, ha a sport/sportolás szót meghallja?**



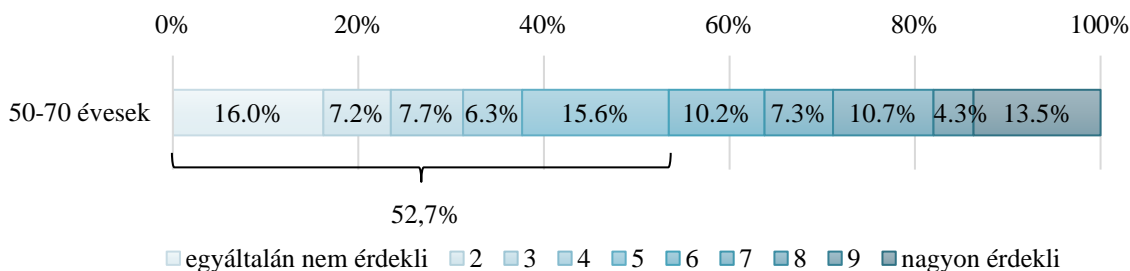
*Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók, n=680*

**2. ábra: Mennyire ért egyet az alábbi állítással: A sportolás csak fiataloknak való.**



*Forrás: saját szerkesztés; p=0,000<0,05*

**3. ábra: Mennyire érdekli Önt a sport?**

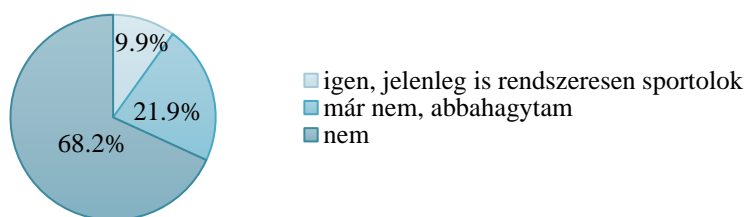


*Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók, n=680*

A képet tovább árnyalja, ha ugyanennek a korcsoportnak a sportolási szokásait is figyelembe vesszük (4. ábra). 68,2%-uk egyáltalán nem sportol és közel 22%-uk ugyan sportolt, de már abbahagyta a tevékenységet. Sajnos a korcsoportból összesen csak 67 fő sportol jelenleg is. A nemsportolás okai között - önbevallás alapján - főként az egészségügyi okok (32%), az életkor (31%) és az időhiány (30,5%) kerül megemlítésre (5. ábra). Az egészségügyi okok és az életkor kapcsán szignifikáns eltérés ( $p=0,013<0,05$  és  $p=0,000<0,05$ ) mutatkozik meg még az 50-59 és 60-70 évesek között is, nem meglepő módon utóbbiak „javára”. Az időhiány, mint kifogás pedig ennek ellenkezőjeként az ötvenévesek oldalára billen ( $p=0,000<0,05$ ). A lustaságot említők ( $p=0,012<0,05$ ) között több mint 60%-kal az ötvenévesek vezetnek. Míg a teljes 2000 fős bázis három generációs felosztásán szignifikáns különbség mutatkozik meg a generációk között a társaságihiány és a sport nem igénylése kapcsán is (Csóka - Töröcsik, 2018), ez nem jelentkezik az 50-70 évesek között, mint ahogy a „nincs a közelben erre lehetőség”, „nincs rá pénz”, és a „nem mutogatja a testét” kifogások alapján sem különül el szignifikánsan a két alcsoporthoz és ezen indokok nem is jelennek meg számottevő mértékben a válaszokban.

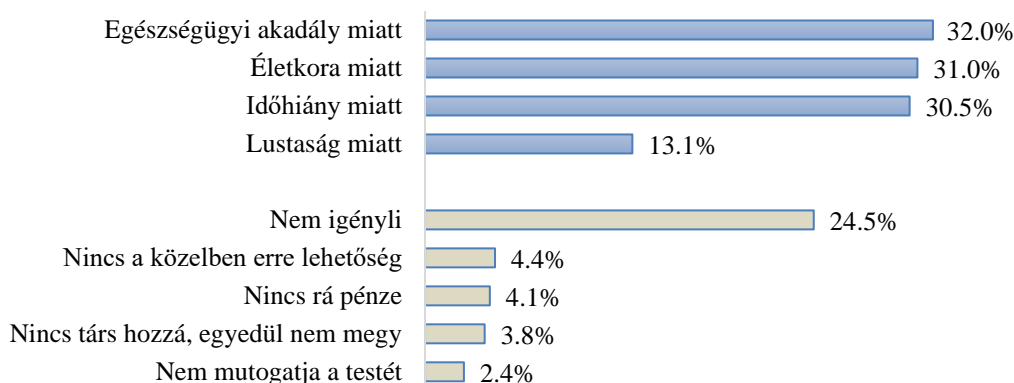


#### 4. ábra: Sportol vagy sportolt-e rendszeresen?



*Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók, n=680*

#### 5. ábra: Miért nem sportol jelenleg?

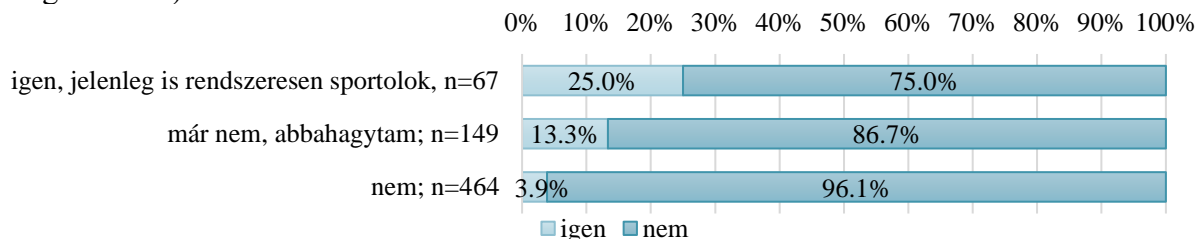


*Forrás: saját szerkesztés; nemsportoló 50-70 éves válaszadók, n=613, a megemlítés százalékában. Chi-négyzet próba alapján statisztikailag igazolható, szignifikáns eltérések vannak az 50-59 és 60-70 évesek között egészségügyi akadály ( $p=0,013<0,05$ ), életkor ( $p=0,000<0,05$ ), időhiány ( $p=0,000<0,05$ ) és a lustaság ( $p=0,012<0,05$ ) miatt.*

Mivel az 50-70 éves korosztály csak 9,9%-a sportol valamilyen szinten, érdemesebb a figyelmet a nemsportolóknak egyéb fajta sportolási motivációi felé fordítani: többek között a sportcélú utazások általános jellemzőit, a sportcélú utazások belföldi és külföldi jellegét, valamint azok gyakoriságát és céljait vizsgálni. Attól még, hogy az idősebb korosztály többsége aktívan nem sportol, passzív sportolási érdeklődése megmaradhat, akár újfajta hobbiként is jelentkezhet. Ennek kapcsán az általános sportcélú utazásokat vizsgálva kiderült, hogy az 50-70 éves korosztály 92%-a nem utazik, szemben a teljes mintában válaszadó magyarok 87,2%-ával (CSÓKA et al., 2019). Az aktív sportolás a korosztály esetében is javít a sportolási hajlandóságon, hiszen a jelenleg is sportolók 25%-a szokott sportcélú utazni, a sportot abbahagyóknak pedig 13%-a utazik sportcélú utazással, de jelenlétük így is elenyésző a nemutazókhöz képest (6. ábra). Így az idősek sportcélú utazásainak népszerűsítését és fellendítését nem a sportolási hajlandóság irányából kell megközelíteni. Az ötvenes és hatvanas nemsportolóknak kifogásai közül egyedül a sport iránti érdeklődés megléte vagy hiánya mutatott szignifikáns eltérést ( $p=0,000<0,05$ ) a sportcélú utazások kapcsán – egyértelműen azok utaznak inkább, akik érdeklődnek a sport iránt; sem az életkor, egészségi állapot, vagy a lustaság nem befolyásolja számottevően a sportcélú utazások iránti hajlandóságot.

## 6. ábra: Sportcélú utazás és az aktív sportolás viszonya:

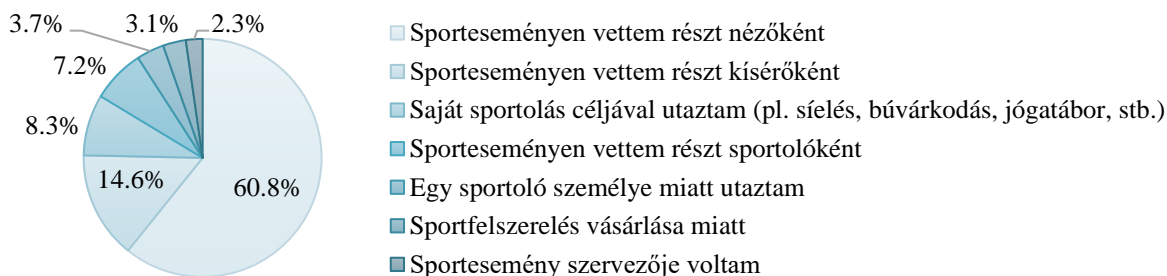
„Sportol, sportolt-e rendszeresen?” - „Szokott-e sportcélal (sportolás, látogatás, sportesemény megtekintése) utazni?”



Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók, n=680; ( $p=0,000 < 0,05$ )

Az 50-70 évesek sportcélú utazásai kapcsán rákérdeztünk, hogy a kérdőív kitöltését megelőző évben (2017) utaztak-e Magyarországra vagy külföldre sportcélal a válaszadók. Azon kevés személy közül, akik szoktak sportcélal utazni, többségük (88%) utazott is sportcélal Magyarországon az elmúlt évben – gyakoriságát tekintve többnyire 1-4 alkalommal, de vannak, akik akár 10 alkalommal is hajlandók voltak utazni. A külföldi sportcélú utazások száma viszont elhanyagolható mértékű, pár fő jelezte csak ezen *egyszeri* élményét. Azon kevesek sportcélú utazási okait, akik az elmúlt évben Magyarországon utaztak a 7. ábra szemlélteti, melyből kiderül, hogy túlnyomó többségben nézőként, illetve kísérőként vettek részt az eseményen.

## 7. ábra: Milyen céllal utazott az elmúlt egy évben sport miatt Magyarországon belül?

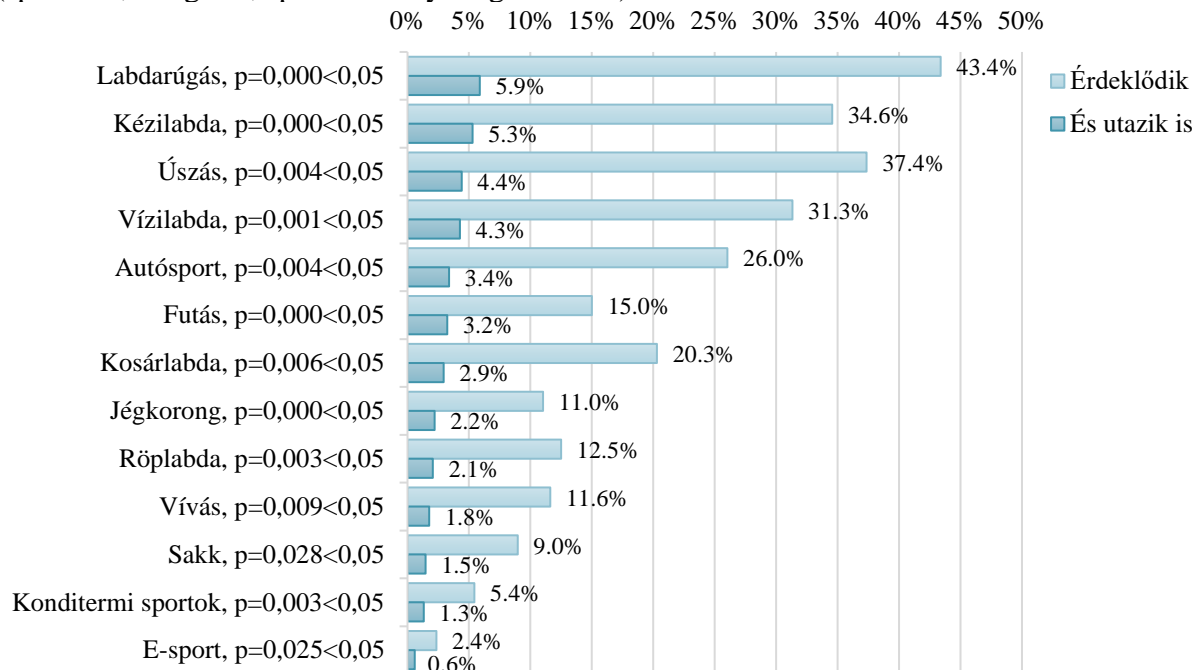


Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók közül, akik az elmúlt évben utaztak, n=59

Mivel a sport, a sportágak iránti érdeklődés és a sporteseményeken nézőként való részvétel pozitívan befolyásolja a sportcélú utazások iránti igényt e korosztályban, megvizsgáltuk, hogy mely sportágak eseményei élénkítik jobban a kimozdulás mértékét. A 8. ábrán csak a szignifikáns eltéréseket mutató sportágakat szemléltetjük, a sportcélú utazások százalékos csökkenő sorrendjében. Az 50-70 éves válaszadói csoport leginkább a foci (43,4%), úszás (37,4%), kézilabda (34,6%), vízilabda (31,3%) és autósportok (26%) híreire és eseményeire figyel fel. Annak ellenére, hogy ezek általánosságban népszerű sportok hazánkban, egyik sem éri el a legalább 50%-os érdeklődést a vizsgált korcsoport válaszadóinál. Az ábráról leolvasható, hogy a labdarúgás iránt vonzódnak a legtöbben és e sport iránt érdeklődők közül kerül ki a legtöbb utazó is (5,9%). Ezt követi a kézilabda 34,6%-os pozitív fogadtatási arányával, melyből 5,3% utazik is. Érdekes, hogy ugyan az úszás több ember figyelmét felkelti, mégis alulmarad a kézilabda által kiváltott utazásokkal szemben. A legkevesebb érdeklődést kiváltó sportok közé a konditermi (5,4%) és az e-sportok (2,4%) tartoznak, de a korosztály újdonságok felé történő nyitását jelezheti, hogy – elenyésző számban ugyan – mégis akadtak megmozgatott válaszadók.

### 8. ábra: Sportcélú utazás és a sportágak iránti érdeklődés viszonya:

„Érdeklődik-e Ön az alábbi sportok/sportágak hírei, eseményei iránt?” - Szokott-e sport céllal (sportolás, látogatás, sportesemény megtekintése) utazni?



Forrás: saját szerkesztés; 50-70 éves válaszadók,  $n=680$

#### 4. Következtetések és összefoglalás

Sporttal kapcsolatos szokások tekintetében fontos tényező, hogy az emberek hogyan vélekednek magáról a sportról, pozitív vagy negatív-e az irányultságuk, hiszen az attitűdbeli tényezők erősen befolyásolják a nyitottságot a sportolási hajlandóságra vagy akár a sportcélú utazásokra. Az 50-70 évesek korcsoportját vizsgálva megállapítható, hogy összességében pozitív érzéseket táplálnak a sport szó hallatán, nem feltétlen társítják a tevékenységet csak a fiatalokhoz, viszont a náluk ifjabb magyar lakossághoz képest 10 százalékkal többen hajlanak inkább az egyetértés irányába.

Annak ellenére, hogy önbevallás alapján a többségnek nincs sporttevékenységet gátló betegsége, és több mint 30%-uk túlsúlyos a BMI értéke alapján, valamint több mint 20 százalékuk elhízásba hajlik, a korcsoportnak csak töredéke sportol. Az 50 évesek főként időhiány vagy lustaság miatt nem sportolnak, míg 10 évvel idősebb társaik életkoruk és az ebből adódó egészségügyi változások miatt hanyagolják a tevékenységet. A vizsgált korosztály inkább nem igényli a sportot és nem feltétlen okoz számára problémát, ha nincs hozzá társa, de a szakirodalomból ismerhető, hogy a társas motivációk meglete pozitív hatással van a sportolási szokásokra.

Passzív sportolás tekintetében a vizsgált kohorsz közel azonos százalékban foglal magában olyan személyeket, akik érdeklődnek sporthírek és események iránt és akik nem, és az érdeklődés körükben nem életkor függvénye, hanem a sport iránti érdeklődés attitűdbeli különbségeiből ered. A korcsoport 92%-a nem utazik sportcéllal, ha mégis, ezt sporteseményen való résztvevőként vagy kísérőként teszi leggyakrabban. Az aktív sportolás meglete viszont ennél a korosztálynál is pozitívan hat az utazási kedvre.

Ezen korosztály sportcélú utazásainak népszerűsítését és fellendítését tehát nem a sportolási hajlandóságok vagy motivációk irányából kell megközelíteni, hanem az adott sport iránt mutatott érdeklődésre kell nagyobb súlyt fektetni, legyen szó csapat- vagy egyéni versenyekről egyaránt. A szenior turizmus többségében ugyan az egészségügyre épül, mégis kiaknázatlan lehetőségeket, piacokat rejthet magában a sportcélú utazások iránti motivációk felélesztése, mert teljes elzárkózás nem fedezhető fel az idősök részéről. Ennek érdekében a sport iránti figyelmet kell fokozottan növelni akár szervezett formában, más jellegű utazási célokkal összekapcsolva, súlyt fektetve a társas kapcsolatépítésre.

## Irodalomjegyzék

- ÁCS, P. - HÉCZ, R. - PAÁR, D. - STOCKER, M. (2011): A fittség (m)értéke. A fizikai inaktivitás nemzetgazdasági terhei Magyarországon. *Közgazdasági Szemle*, LVIII. évf. 2011. július–augusztus, 689–708. o.
- ANDORKA, R. (2006): *Bevezetés a szociológiába*. Budapest: Osiris Kiadó.
- BORBÉLY, A. - MÜLLER, A. (2015): *Sport és turizmus*. Debrecen: Debreceni Egyetem.
- BOROS, J. (2017): Egészség idős korban. In J. Giczi (Szerk.), *Ezüstkor: korosodás és társadalom* (old.: 35-50.). Budapest: KSH.
- CABER, M. - ALBAYRAK, T. (2014): Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists? A comparison of three markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610–628.
- CSAPÓ, J. - GERDESICS, V. - GONDA, T. - RAFFAY, Z. - TÖRŐCSIK, M. (2018): *Turizmus: a magyar lakosság turizmussal kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal - országosan reprezentatív személyes (n=2001) és online (n=1085) megkérdezés, fókuszcsoporthoz viták eredményei*. Pécs: PTE KTK.
- CSAPÓ, J. - GONDA, T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4 : 4 pp. 57-70.
- CSAPÓ, J. - GONDA, T. - RAFFAY, Z. (szerk.) (2019): *Turizmus, fogyasztás, generációk: II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs: PTE KTK.
- CSAPÓ, J. - TÖRŐCSIK, M. (2019): Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata. *Turizmus Bulletin*, 19 : 3 pp. 13-20.
- CSAPÓ, J. - TÖRŐCSIK, M. - Nagy, Á. (2019): Nemturizmus és életstílus összefüggések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4:5-18.
- CSÓKA, L. (2019): Generational differences in Hungary on sporting habits and on attitudes towards sport - focus on the older generation. In A. Oláh, & A. Sík (szerk.), *Art of Ageing – International Conference and Professional Training For the Active Elders. Final program and abstracts* (old.: 12). Pécs: PTE Egészségtudományi Kar.
- CSÓKA, L. - TÖRŐCSIK, M. (2018): A magyar sportfogyasztás generációs jellemzői. In R. Resperger (Szerk.), *Demográfiai változások, változó gazdasági kihívások Nemzetközi Tudományos Konferencia. Tanulmánykötet*. (old.: 431-443.). Sopron: Soproni Egyetem Kiadó.
- CSÓKA, L. - TÖRŐCSIK, M. (2018): *Sportfogyasztás. A magyar lakosság sportolással, sportfogyasztással kapcsolatos magatartása, beállítódása – országosan reprezentatív személyes megkérdezés eredményei. Kézirat*. Pécs: PTE KTK.
- CSÓKA, L. - GERDESICS, V. - TÖRŐCSIK, M. (2019): Sports tourism and sports tourists: The Hungarian characteristics of sports related travels. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 47-66.
- ELIAS, N. (1971): The Genesis of Sport as a Sociological Problem. In E. Dunning (Szerk.), *The Sociology of Sport. A Selection of Readings*. London: Frans Cass and Co.

- ERIKSON, E. (1982): *The life cycle completed*. New York: Norton.
- FROLKIS, V. (1980): *Az öregedés és az életkor*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- GIBSON, H. (2006): Sport tourism: Concepts and theories. *Sports in Society*, Vol. 8., 133-141.
- GIDDENS, A. (2003): *Szociológia*. Budapest: Osiris.
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Szekszárd: PTE KPVK.
- GONDA, T. - CSAPÓ, J. (2019a): The Role of Active Tourism and Physical Activity in the Travel Habits of the Hungarian Population. The Results of a Representative Survey. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 12 : 1 (December) pp. 25-47.
- GONDA, T. - CSAPÓ, J. (2019b): A magyar lakosság utazási szokásai és az utazási döntéseiket befolyásoló információk forrásai. In J. Csapó, T. Gonda, & Z. Raffay (szerk.), *Turizmus, fogyasztás, generációk : II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet* (old.: 441-454.). Pécs: PTE KTK.
- GORMAN, M. (1993): Mid-life Transition in Men and Women. In R. Wicks, & R. Parsons (szerk.), *Clinical Handbook of Pastoral Counseling*. (old.: 297–312.). New York: Paulist Press.
- GYULAVÁRI, T. - ÁSVÁNYI, K. (2019): Szeniorturizmus. In A. Irimiás, M. Jászberényi, & G. Michalkó (szerk.), *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése* (old.: 126-136.). Budapest: Akadémiai Kiadó.
- HINCH, T. - HIGHAM, J. (2001): Sport tourism: a framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- HEGEDŰS, R. - TÖRŐCSIK, M. - NÉMETH, P. (2018): Ageing Magyarországon - Generációs eltérések a korérezékelésben. In: Resperger, R. (szerk.): *Demográfiai Változások, Változó Gazdasági Kihívások Nemzetközi Tudományos Konferencia*. Sopron, 2018. november 8. – Tanulmánykötet. Soproni Egyetem. pp. 403-420.
- KOLOS, K. - KENESEI, Z. - SOMOSI, Á. (2014): Idősebb fogyasztók technológiai kompetenciáinak meghatározó tényezői. In Hetesi, E. - Révész, B. (szerk.) "Marketing megújulás": Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája. Szeged, Magyarország : SZTE GTK, (2014) pp. 1-12. , 12 p.
- LAMPEK, K. (2015): Az aktív időskor és a társadalom. In K. Lampek, & E. Rétsági (szerk.), *Egészséges idősödés: Az egészségfejlesztés lehetőségei idős korban* (old.: 8-27.). Pécs: PTE.
- LAMPEK, K. - CSÓKA, L. - HEGEDŰS, R. - ZRÍNYI, M. - TÖRŐCSIK, M. (megj.alatt): Sports activities of 60 above Hungarian elderly – explaining and predicting impact of exercise on health. *BMC Public Health*.
- MARTON, G. (2015): *Sportturizmus*. Pécs: PTE Természettudományi Kar Sporttudományi és Testnevelési Intézet.
- MARTON, G. - HINEK, M. - KISS, R. - CSAPÓ, J. (2019): Measuring seasonality at the major spa towns of Hungary. *Hungarian Geographical Bulletin (2009-)*, 68 : 4 pp. 391-403.
- MONOSTORI, J. - GRESITS, G. (2018): Idősödés. In J. Monostori, P. Óri, & Z. Spéder (szerk.), *Demográfiai portré 2018* (old.: 127–145.). Budapest: KSH NKI.
- PÁL, E. - TÖRŐCSIK, M. - JAKOPÁNECZ, E. (2017): Eltérő életkori lehatárolásokból adódó generációk értékeinek empirikus vizsgálata. *Marketing és Menedzsment* 51 : 3 pp. 18-32. , 15 p.
- RICHARDS, J. - JIANG, X. - KELLY, P. - CHAU, J. - BAUMAN, A. - DING, D. (2015): Don't worry, be happy: cross-sectional associations between physical activity and happiness in 15 European countries. *BMC Public Health*, 15: 53.
- RITCHIE, B. - ADAIR, D. (2004): *Sport Tourism Interrelationships. Impacts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- ROBINSON, T. - GAMMON, S. (2007): A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport & Tourism*, Volume 9, Issue 3, pp. 221-233.
- SMITH, W. - CLURMAN, A. (1997): *Rocking the Ages*. New York: HarperBusiness.
- SOMOGYI, B. - MICHALKÓ, G. (2016): A regisztrált láthatatlanok: Az időskorúak vasúti utazási magatartásának vizsgálata Magyarországon. *Földrajzi Közlemények*, 140(1), 41–54.

- TÖRŐCSIK, M. (2016): *Fogyasztói magatartás. Insight, trendek, vásárlók*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- TÖRŐCSIK, M. - CSAPÓ, J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In J. Csapó, V. Gerdesics, & M. Töröcsik (szerk.), *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet* (old.: 8-22.). Pécs: PTE KTK.
- TÖRŐCSIK, M. - JAKOPÁNECZ, E. (2018): *Sportfogyasztásra ható megatrendek. Trendtanulmány a sport területét befolyásoló fogyasztói magatartásváltozásokról*. Pécs: PTE KTK.
- TÖRŐCSIK, M. - NÉMETH, P. (2018): *Ageing. A magyar lakosság korrál, öregedéssel kapcsolatos beállítódása generációs szemléletű vizsgálattal*. Pécs: PTE KTK.
- TÖRŐCSIK, M. - PAVLUSKA, V. - CSAPÓ, J. (2018): Nemfogyasztás, nemkultúra, nemturizmus. In L. Józsa, E. Korcsmáros, & E. Seres Huszárik (szerk.), *A hatékony marketing : EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete* (old.: 875-890.). Komárno: Selye János Egyetem.
- TURAI, T. (2009): *Öregek társadalomnéprajzi vizsgálata. Doktori értekezés*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar.
- UMPIERRE, D. - RIBEIRO, P. - KRAMER, C. - LEITAO, C. - ZUCATTI, A. - AZEVEDO, M. - et al. (2011): Physical activity advice only or structured exercise training and association with HbA1c levels in type 2 diabetes: a systematic review and meta-analysis. *JAMA*, 2011;305:1790-1799.
- VAN DYCK, D. - TEYCHENNE, M. - MCNAUGHTON, S. A. - BOURDEAUDHUIJ, I. - SALMON, J. (2015): Relationship of the Perceived Social and Physical Environment with Mental Health-Related Quality of Life in Middle-Aged and Older Adults: Mediating Effects of Physical Activity. *PLoS One*, 10(3) e0120475.
- VARGHA, L. (2015): A társadalmi öregedés hagyományos és alternatív indikátorai. *Demográfia*, 58. évf.(1. szám), pp. 57-78.

### **Egyéb források**

- EUROBAROMETER (2018): Sport and physical activity. Letöltés dátuma: 2020. 02 20, forrás: [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/ebs\\_472\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/ebs_472_en.pdf)
- EUROPEAN UNION (2017): The 2018 Ageing Report. Underlying Assumptions & Projection Methodologies. European Economy Institutional Paper 065.
- GLOBAL AGE-WATCH INDEX (2015): Insight report, summary and methodology. HelpAge International. Letöltés dátuma: 2020. 02 20, forrás: <http://www.helpage.org/global-agewatch/reports/global-agewatch-index-2015-insight-reports-summary-and-methodology/>
- KSH (2019): Magyarország népességének száma nemek és életkor szerint, 2019. január 1. Interaktív korfa. Letöltés dátuma: 2020. 02 20, forrás: <https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/ország.html>
- UNITED NATIONS (2017): Department of Economic and Social Affairs, Population Division: World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables. New York: United Nations.