



ÓBUDAI EGYETEM

**Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet**

SZAKDOLGOZAT

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:
Hallgató törzskönyvi száma:

**Manhertz Máté
T008092/FI12904/G**



ÓBUDAI EGYETEM
ÓBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet

SZAKDOLGOZAT FELADATLAP

Hallgató neve: Manhertz Máté

Szaktervező száma: [REDACTED]

Törzskönyvi száma: T008092/FI12904/G

Neptun kódja: [REDACTED]

Szak: Gazdálkodási és menedzsment (BA)

Specializáció: Vezetőképző specializáció

A dolgozat címe: Támogatások és gazdasági befektetések a labdarúgásban Magyarországon

A dolgozat címe angolul: Subsidies and economic investments in the football in Hungary

A feladat részletezése:

1. Mutassa be a témával kapcsolatos főbb szakirodalmakat!
2. Mutassa be a vizsgált szektor helyzetét!
3. Végezzen primer kutatást a választott iparágra vonatkozóan!
4. Fogalmazza meg a kapott eredményekből levonható következtetéseket, javaslattevételeket, tanulságokat!

Intézményi konzulens neve: Földi Péter

A kiadott téma elévülési határideje: 2024. 12. 15.

Beadási határidő: 2023. 12. 15.

A szakdolgozat: Nem titkos.

Kiadva: Budapest, 2023. 12. 12.



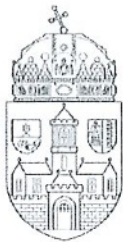
[Signature]
Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom:

[Signature]

belső konzulens

külső konzulens



HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Manhertz Máté (Neptunkód: [REDACTED]) hallgató kijelentem, hogy a szakdolgozat saját munkám eredménye, a felhasznált szakirodalmat és eszközöket azonosíthatóan közöltem. Az elkészült szakdolgozatban található eredményeket az egyetem és a feladatot kiíró intézmény saját céljára térítés nélkül felhasználhatja, a titkosításra vonatkozó esetleges megkötések mellett.

Budapest, 2023.12.13

Manhertz Máté

.....
hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
1.1.	Témaválasztás.....	1
1.2.	Érintett témák	1
2.	TÁMOGATÁSOK A LABDARÚGÁSBAN	2
2.1.	Fogalmak	2
2.2.	Szponzoráció	4
2.3.	Mezszponzoráció	7
2.4.	Stadionszponzoráció	9
2.5.	Egyéb szponzorációk	9
2.6.	MLSZ támogatások.....	10
2.7.	Önkormányzati támogatások.....	11
2.8.	Állami támogatások	12
2.9.	„Szurkolói” támogatások.....	17
3.	BEFEKTETÉSEK	19
3.1.	Befektetők, tulajdonosok.....	19
4.	KUTATÁS	22
5.	HIPOTÉZIS VIZSGÁLAT	47
6.	KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK	48
7.	ÖSSZEFOGLALÁS	50

IRODALOMJEGYZÉK	51
MELLÉKLET	53
TARTALMI KIVONAT	57
SUMMARY	57

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Sportfogalmak kulcsszavai.....	3
2. ábra Coca-Cola árfolyamának alakulása	6
3. ábra: Mezzszponzorok.....	8
4. ábra: U21-es labdarúgók összes játékkercei	11
5. ábra: TAO támogatási arányok	15
6. ábra: A költségvetés sport kiadásai/támogatásai [folyó áron, millió forint].....	17
7. ábra: Jegyárak.....	18
8. ábra: Nemi megoszlás, n=91	23
9. ábra: Életkor megoszlása a kitöltők között, n=91	24
10. ábra: Lakóhely megoszlása, n=91	25
11. ábra: Végzettség megoszlása, n=91.....	26
12. ábra: Kedvelt csapatok a magyar labdarúgásban, n=91.....	27
13. ábra: Területi eloszlás, n=91 ÉS 14. ábra: Fővárosi csapatok eloszlása, n=91	27
15. ábra: Prioritások a focicsapatoknál, n=91	29
16. ábra: Szponzor típus fontossága, n=91	30
17. ábra: Kedvelt sportmárkák, n=91	31
18. ábra: Szponzori támogatás felhasználása, n=91	34
19. ábra: Stadion átnevezése, n=91	35
20. ábra: Klub átnevezése, n=91	36

21. ábra: Szponzori szerződések nyilvánosságra hozása, n=91	37
22. ábra: Társasági adó támogatás egyenlő arányú eloszlása, n=91	38
23. ábra: Jegy vásárlás, n=91	43

1. BEVEZETÉS

1.1. Témaválasztás

Már egészen kiskorom óta érdekelt a sport és azon belül is a labdarúgás világa. 6 évesen kezdetem el focizni és egyből a labdarúgás szerelmese lettem. Folyamatosan versenyszinten űztem a sportot és ahogy egyre idősödtem, annál inkább jutottak el hozzám is a negatív visszhangok a magyar labdarúgásról, amit a média ömlesztett az emberekre. Nyilván, akik a labdarúgás berkein belül dolgoztak, ezek a hírek hallatán elszomorodtak és engem is zavart ez a hozzáállás az emberek részéről. A középiskolában aztán felkeltette az érdeklődésem a gazdaság világa, így efelé az úthoz kezdtem venni az irányt az egyetemen. Emiatt mindenképpen szerettem volna egy olyan témát választani szakdolgozatomhoz, amely a labdarúgáshoz is, valamint a gazdasághoz is kapcsolódik. Így esett a választásom a „Támogatások és befektetések a labdarúgásban Magyarországon” témára.

1.2. Érintett témák

A szakdolgozatom keretein belül számos témát fogok érinteni. Elsősorban a szponzorációk témaköréről készítettem egy hosszabb elemzést, hiszen ezek teszik ki a labdarúgó csapatok egyik legnagyobb bevételi forrását. Azután szó lesz a Magyar Labdarúgó Szövetség által nyújtott támogatásokról, valamint a dolgozat érinteni fogja az önkormányzat, illetve az állam részéről érkező támogatásokat is. Az állami támogatásoknál a társasági adó rendszer, vagyis a TAO fog nagyobb hangsúlyt és figyelmet kapni.

Legutolsó sorban pedig szó lesz azokról a befektetőkről, akik tulajdon joggal rendelkeznek a magyar NB1-es kluboknál, valamint arról, hogy is gondolkodnak/ kellene gondolkodniuk az üzletembereknek, ha egy focicsapatról van szó.

2. TÁMOGATÁSOK A LABDARÚGÁSBAN

A sport világa az elmúlt években, évtizedekben dinamikus átalakuláson ment keresztül, hiszen egyre inkább a gazdasági érdekek lettek előtérbe helyezve. Ezáltal a sportágazatok az üzleti világ egyik kiemelkedő részlegévé váltak, hiszen rendkívül sokan befektetésként tekintenek egy adott sportág klubjára. Ahhoz, hogy mélyebben beleássuk magunkat a témába, fontos tisztázni egyes fogalmakat.

2.1. Fogalmak

Ahány ember, annyi féle definícióval lehetne a sportot jellemezni, most kiválasztottam kettőt, ami számomra a legsokoldalúbban írja le a sportot, mint fogalmat.

Sport:

„Mindazon szervezett és/vagy szervezetlen, csoportos vagy egyéni testedzési tevékenységek gyűjtőfogalma, amelyekben az ember biológiai mozgásigényét, szükségletét, társadalmi körülmények között kielégíti” (Frenkl, 1978. pp. 222; idézi Rétsági 2011, pp. 24).

Meghatározott szabályok szerint, időtöltésként vagy versenyszerűen folytatott testedzés.” (Nádori, 2005. pp.112.)

Szabadidősport:

Ahhoz, hogy szabadidősportról beszéljünk több feltételnek mindenféleképpen teljesülnie kell. Az első, hogy a hivatásos sporttal járó dolgok, mint például anyagi bevétel, munkavégzés vagy éppen teljesítmény elvárás nem lehet jelen. A második fontos kikötés, hogy szabadidősport esetén önkéntesen mozgunk valamilyen szervezett formában, amikor időnk engedi, tehát szabadidőnkben, úgy, hogy a résztvevők aktívan kiveszik részüket a foglalkozásból. A szabadidősportok céljai, hogy jól érezze magát az adott személy, testmozgásnak köszönhetően az egészségük megmaradjon (mind fizikai, mind mentális értelemben). Sportolhatunk üzleti alapon működő szolgáltatóknál, állami/önkormányzati/közösségi létesítményekben, parkokban, civil szervezetekben (egyesületekben) vagy akár otthon is (Szabó, 2012).

Versenysport: Olyan sporttevékenység, amely versenyzésen alapul, és az adott versenyző vagy éppen csapat teljesítményét egymáshoz mérve ítélik meg.

1. ábra: Sportfogalmak kulcsszavai



Forrás: Szabó 2012, pp 19. saját szerkesztés

Ahogy az 1. ábrán is látszik, a sporthoz nagyon sok minden köthető. Mégis ha az ember meghallja a „sport” szót, elsősorban nem az anyagi dolgok jutnak eszébe, hanem a versenyzés, mozgás vagy éppen társadalmi tevékenység.

A mindennapi életben rengeteg támogatást nyújtanak a sporthoz akár az iskolák, akár az önkormányzatok. Számtalan egyesületnél vagy éppen lakóhelyen biztosítanak az embereknek olyan sportkártyákat vagy éppen sportkuponokat, amelyeket a helyi sportlétesítményekhez, edzőtermekhez, uszodákhoz ingyenesen vagy kedvezményesen lehet felhasználni. Léteznek olyan támogatások is az iskolák által, amit diákoknak/egyetemistáknak kínálnak, ez is lehet akár egy kedvezményes edzőtermi tagság, de számtalan ingyenes sportolási lehetőséget szoktak biztosítani edzés keretén belül. Ha már az iskolai támogatásoknál tartunk számos sportösztöndíjra lehet pályázni, amelyeket teljesítmény alapján ítélnek oda a fiatal aktív sportolóknak. Civil szervezetek gyakran segítik azokat a rászoruló sportolni vágyó gyerekeket, akiknek szülei nem teheti meg, hogy megvegye a sportoláshoz szükséges sportfelszereléseket, ezért a szervezet adomány formájában megveszi nekik.

2.2. Szponzoráció

Elsőként fontosnak tartom tisztázni a szponzorációt amit az ICC, vagyis az Internacional Chamber Of Commerce így határozott meg.

Szponzoráció: „A szponzoráció egy olyan, a szponzor és a szponzorált kölcsönös előnyszerzésén alapuló kereskedelmi megállapodás, amely szerződéses formában biztosítja a szponzor pénzügyi vagy egyéb támogatását annak érdekében, hogy a szponzorált imázsával, márkájával vagy termékeivel összekapcsolhassa magát, és közvetlen vagy közvetett előnyöket tudjon realizálni cserébe az együttműködésért” (Ács 2015, pp 192).

Most röviden bemutatom hogy a kezdetekben milyen szerepbe volt jelen a szponzoráció a sportban, és milyen fontos szereplőjévé vált a mai sportvilágnak.

A sportesemények korai szakaszában egyáltalán nem voltak elterjedtek a szponzorációk. A sportesemények megszervezésére a magán emberek saját tőkéjét investálták, mindenféle támogatás vagy szponzor nélkül.

A szponzoráció a sportban már régen megjelent, de igazán csak a 20. század második részében terjedt el. Gyakorlatilag már az ókori görögországi olimpián is megjelentek a

szponzorok, ahol leginkább gazdag emberek adtak erőforrásokat és pénzt a játékokhoz, hogy a saját szórakozásukat biztosítani tudják.

Ahogy már említettem a 20. században jelent meg az úgynevezett modern szponzoráció, amelyekből kiindultak és amelyekhez visszavezethetőek a mai szponzorációs formák is. Az 1960-1970-es években kezdett egyre nagyobb teret nyerni magának a sportban a szponzoráció. A televízió megjelenésével egyre több sportesemény jutott el az emberekhez, ezáltal a vállalatok meglátták a sportesemények szponzorálásának üzleti lehetőségeit. Aztán ahogy egyre népszerűbbé váltak különböző sportágak, a szponzorációnak is egyre jelentősebb szerepe lett. A különböző világhírű sporteseményeket egyre több ember kezdte el követni, és ez valósággal vonzotta a szponzorokat, hiszen tökéletes lehetőség volt nekik marketing szempontokból, mint például a márkaismertség növelése és a reklámhelyeken való megjelenés. A leginkább kiemelt események természetesen az olimpiák voltak, de a labdarúgó világbajnokságok is nagy népszerűségnek örvendtek.

Az első modern szponzoráció is egy olimpiai játék során volt megfigyelhető. 1972-ben Münchenben, a németországi olimpián az Adidas, valamint a Coca Cola is szponzorálta a nagy világeseményt. Egyébként erre az eseményre alkotta meg az Adidas az úgynevezett „leveles” logóját, amely manapság az Adidas Originals hivatalos szimbóluma (Lifestyleshop, 2016). Ennek köszönhetően felkapta a fejét több vállalat is, és elindult a különböző sportesemények szponzorálása, amelyben egy kis idő után már klubok és versenyzők is részt vettek. A szponzoráció az évek alatt óriásit fejlődött és ezek a bevételek nélkül manapság gyakorlatilag el se lehet képzelni egy sportklubot, sporteseményt vagy éppen egy profi versenyzőt. Az online világnak köszönhetően manapság gyakorlatilag bárhol megjelenhetnek a szponzorok, hiszen rengeteg streaming szolgáltató közvetíti a sporteseményeket.

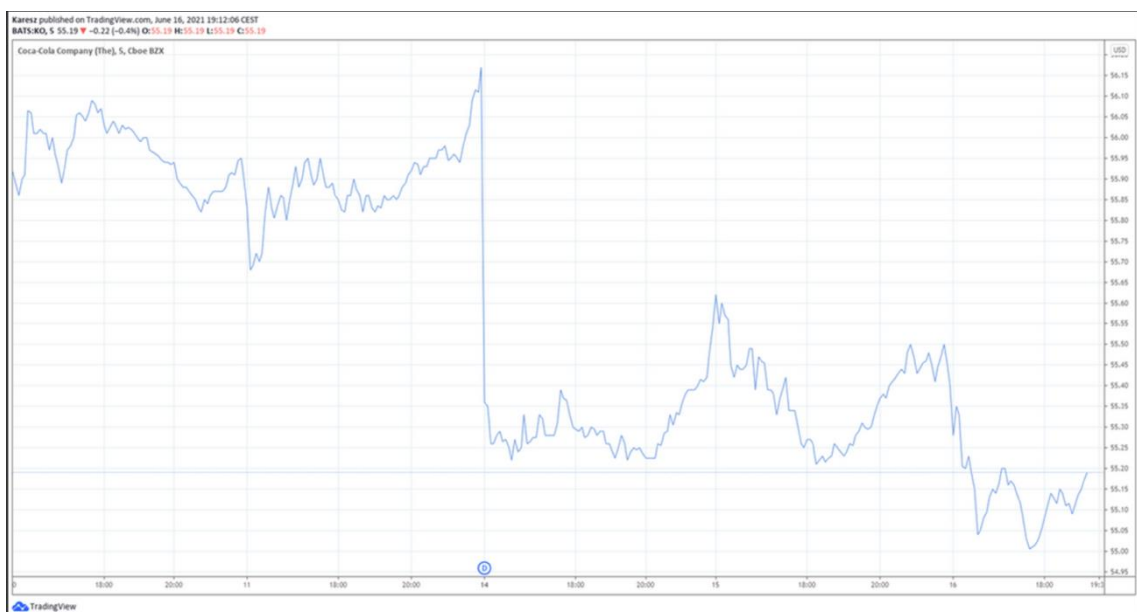
A jelenkorban és a jövőben is arra lehet számítani, hogy a szponzorációk száma nem fog visszaesni a sport világában. Vélhetően a szponzorok versengeni fognak egy-egy kiemelt esemény első számú szponzorálásáért.

Viszont nem mindig nyereséges egy szponzoráció. Érdekességképpen hoztam egy példát, ami a 2021-es labdarúgó Európa Bajnokságon történt. A sportesemény egyik főszponzora

a Coca-Cola volt. Mindenki elfoglalta a helyét a sajtótájékoztatón, ahol az asztalra le volt rakva 2 darab Coca-Colás üveg, amely mögött Cristiano Ronaldo többször aranylabdás portugál világsztár ült, majd a sajtótájékoztatón arrébb rakta a 2 darab üveget és annyit mondott: „Igyatok vizet!” Az ott ülők humorosan fogták fel, viszont a cég emberei annyira nem tarthatták viccesnek, hiszen az incidens előtt 56,17 dolláron volt jegyezve a Cola árfolyama, viszont az említett esemény után 1,6 százalékkal, tehát 55,22 dollárig esett vissza az árfolyam, ami óriásinak mondható. Ezen felül még a cég piaci értéke is csökkent, mint egy 4 milliárd dollár értékben (Index, 2021).

Az alábbi grafikonon látható, hogyan is alakult a Coca-Cola árfolyama az adott időszakban.

2. ábra Coca-Cola árfolyamának alakulása



forrás: TradingView, 2021

Számtalan indok áll a mögött, hogy egy cégnek miért is éri meg szponzorálni egy adott sportágit, csapatot, bajnokságot vagy éppen eseményt. Nézzük milyen motiváció, illetve cél rejlik egy-egy kezdeményezésben.

1. Sokszor vállalati cél rejlik meg a támogatás mögött, ilyen lehet például az arculat építése, cég jó hírének terjesztése vagy éppen társadalmi felelősségvállalás.

2. Ha az adott vállalkozásnak van valamilyen szolgáltatása vagy terméke akkor kitűnő lehetőség, hogy a sport által építse fel a marketing kommunikációt, így pedig könnyebben lehet majd értékesíteni
3. Nagyon könnyen lehet kapcsolatot építeni ezekkel az együttműködésekkel.
4. Személyes cél is lapulhat a szándék mögött, hiszen így gyorsan ismertséget lehet szerezni (Ács, 2015).

2.3. Mezsponzoráció

Talán a legismertebb támogatás a mai labdarúgó világban a mezsponzoráció, amit két részre lehet különíteni. Az egyik gyakorlatilag annyit jelent, hogy az adott csapat mezen megjelenítik a szponzor logóját, ezért cserébe pedig a klub a szerződésben megállapodott pénzüsszeggel gyarapszik. A mezreklám mindkét fél számára rendkívül előnyös lehet, hiszen remek lehetőséget kínál a szponzoroknak arra, hogy megismerjék, valamint népszerűsítsék a saját terméküket vagy szolgáltatásukat a szélesebb közönség előtt. Fontos megemlíteni, hogy Magyarországon akár több mezsponzor is szerepelhet egy adott csapatnál, különböző helyeken, mint például: mez eleje, mez hátulja, mez váll része nadrág eleje, nadrág hátulja. Magyarországon az első osztályú bajnokságban, az NB1-nek (jelentése: Nemzeti Bajnokság) az OTP Bank a hivatalos főszponzora, ami a liga hivatalos elnevezésben is megjelenik, hiszen a bajnokságot OTP Bank Ligának nevezik. Ennek köszönhetően az OTP Bank logóját minden csapatnak, aki az első osztályban szerepel, kötelező feltüntetni a mez jobb elülső váll részén. Az OTP Bank mellett, egy másik magyar cég, a Szerencsejáték Zrt. is a hivatalos partnere a bajnokságnak. A szerencsejátékok egyik alkategóriája a sportfogadás, amit itthon a Tippmix testesít meg. A Tippmix logót minden csapatnak kötelező feltüntetni a mez mellkasi részén, ami gyakorlatilag a legértékesebb mezsponzori helynek számít. Ezt, csak abban az esetben nem köteles kihelyezni a csapat, ha a klub már leszerződött egy másik céggel a mezsponzorációval kapcsolatban, ami minimum 50 millió forint értékű. A Tippmix logó mellett azonban egy másik mezsponzor is szerepelhet a mez elején (sportsmarketing, 2023).

3. ábra: Mezszponzorok



forrás: sportsmarketing.hu, 2023; saját szerkesztés

(felső sor balról jobbra: DVSC, DVTK, Fehérvár, FTC, KTE, Kisvárdai)

(alsó sor balról jobbra: Mezőkövesd, MTK, Paks, PAFC, Újpest, ZTE)

Ahogy az ábrán is látszik egyik csapat se szeretett volna elesni a Szerencsajáték Zrt. által kapott bevételtől, ezért mindegyiknél szerepel a mez elején a Tippmix logója, illetve az is, hogy több csapatnak is szerepel egy másik márka jelzése is a mérkőzés szerelésén. Sajnos nincsenek megbízható források arról, hogy a cégek mennyivel támogatják az adott klubcsapatot. Ahogy a bekezdés elején említettem, van egy másik része is ennek a fajta támogatásnak, még pedig az, hogy melyik sportszergyártó cég áll szerződésben az adott klubcsapattal. Ilyenkor nem csak a mérkőzésen viselt mezeket, hanem a teljes felszerelést, beleértve például az edzőmezeket, utazó szerelést és minden egyéb dolgot a cég biztosít. Magyarországon, az első osztályban, ahogy az ábrán is látszik, 4 darab csapat, a Debrecen, a Fehérvár, a Kisvárdai és a Mezőkövesd az Adidasal áll szerződésben. A Nike mindösszesen 2 csapatot, a Ferencvárost és az MTK-t támogatja. A 2Rule, magyar sportmárka biztosítja a felszerelést a Diósgyőrnek, a Puskás Akadémiának és a Zalaegerszegnek is. A Puma egyedül az Újpestet, a Paksot pedig a Jako támogatja, illetve a Kecskemétnek a Sport36 a mezgyártó cége.

2.4. Stadionszponzoráció

A szponzoráció ezen fajtája itthon kevésbé terjedt el, külföldön gyakorlatilag minden harmadik futballklub értékesítette már ezt a támogatói felületet. Ebben a kategóriában a stadion nevében kap szerepet a cég, amiért óriás összegeket fizet a klubnak. Magyarországon egyedül a Ferencvárosi Torna Club lépte meg ezt, és kötött szerződést a Groupama Biztosító Zrt.-vel. Így amikor 2014 augusztusában elkészült a Fradi új stadionja, már nem Albert Flórián Stadionnak, hanem Groupama Arénának nevezték (nepszava, 2014). Azt gondolom, hogy a magyar társadalom, szurkolói réteg nagyon hagyományörző, ezért a többi magyar csapat nem meri ezt a váltást meglépni, hiszen a Ferencváros szurkolói se voltak megelégedve ezzel a lépéssel, illetve sok magyar csapat iránt nincs akkora érdeklődés, hogy egy vállalatnak megtérüljön a befektetett összeg. Érdekesség, hogy az FTC nem csak a stadion, hanem az edzőközpontjuk nevét is „eladta” egy vállalatnak, az MVM Energetikai Zrt.-nek, és így már FTC-MVM Sportközpontnak hívják.

2.5. Egyéb szponzorációk

A Ferencvárosnál például a Groupama Arénában a Pennyvel kötött együttműködés értelmében a családi szektort, Penny családi szektornak nevezik. A Mezőkövesd pedig 2018-ban Mezőkövesd Zsóry FC-re változtatta nevét, mivel a Zsóry Gyógy- és Strandfürdő támogatja nagy mértékben a csapatot. A labdarúgásban egyébként ez nem annyira szokványos, itthon inkább a kézilabdában jelennek meg a vállalatok nevei a klub nevében, mint például a Győri Audi ETO KC-nél, vagy éppen Ferencvárosi Torna Club- Rail Cargo Hungaria. 2023 nyaráig a fehérvári foci csapatnak volt névszponzora a MOL, de a hosszantartó rossz eredmények után a klubbal szerződést bontottak, és már semmilyen formában nem támogatják őket.

A mindennapi életben rengeteg támogatást nyújtanak a sporthoz akár az iskolák, akár az önkormányzatok. Számtalan egyesületnél vagy éppen lakóhelyen biztosítanak az embereknek olyan sportkártyákat vagy éppen sportkuponokat, amelyeket a helyi sportlétesítményekhez, edzőtermekhez, uszodákhoz ingyenesen vagy kedvezményesen lehet felhasználni. Léteznek olyan támogatások is az iskolák által, amit diákoknak/egyetemistáknak kínálnak, ez is lehet akár egy kedvezményes edzőtermi

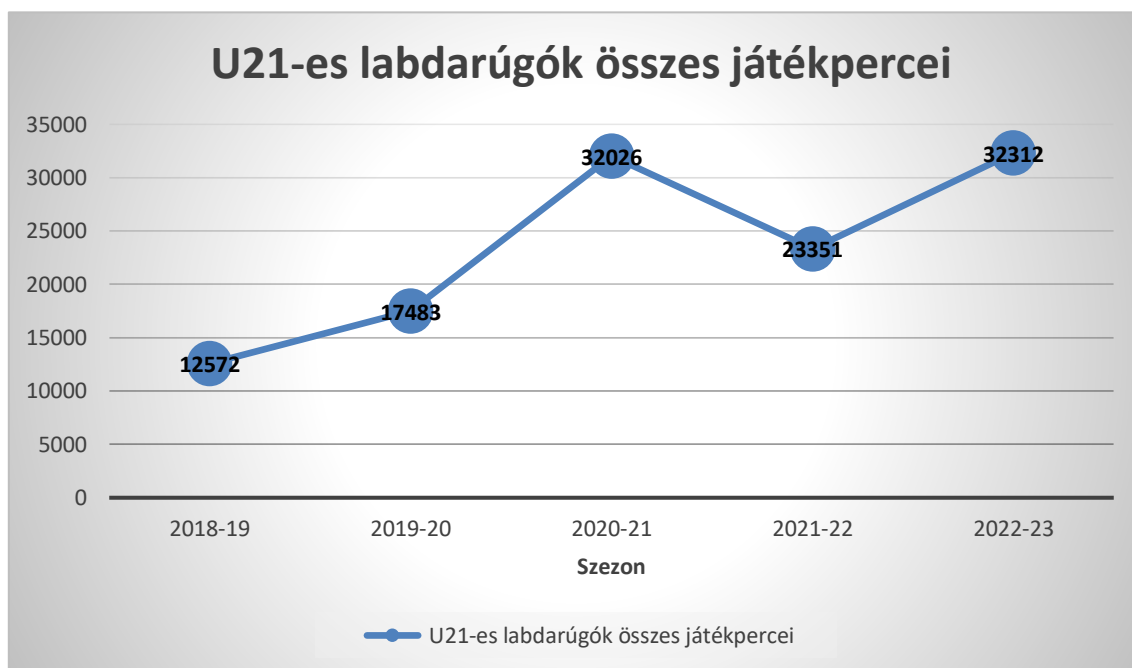
tagság, de számtalan ingyenes sportolási lehetőségeket szoktak biztosítani edzés kereten belül. Ha már az iskolai támogatásoknál tartunk számos sportösztöndíjra lehet pályázni, amelyeket teljesítmény alapján ítélnek oda a fiatal aktív sportolóknak. Civil szervezetek gyakran segítik azokat a rászoruló sportolni vágyó gyerekeket, akiknek szülei nem teheti meg, hogy megvegye a sportoláshoz szükséges sportfelszereléseket, ezért a szervezet adomány formájában megveszi nekik.

2.6. MLSZ támogatások

A következő témakört a bunteto, 2023 alapján írtam meg.

A Magyar Labdarúgó Szövetség a 2022/2023-as szezonja előtt kidolgozott egy teljesen új rendszert, amiben a kluboknak lehetőségük volt támogatást nyerni, ha teljesítik az MLSZ által szabott feltételeket. A lényege az volt, hogy egy adott klub 325.000.000 Ft támogatást kap, ha az idény során 29.700, úgy nevezett pontot összegyűjt. Egyrésről a pontokat úgy lehet megszerezni, hogy egy magyar játékos ahány percet a pályán tölt, annyi pontot kap a csapat. A rendszert leginkább azért dolgozták ki, hogy fiatal labdarúgók minél több játékpercet töltsenek a pályán. Amennyiben egy U21-es játékos (21 éves vagy fiatalabb játékos) pályára lép, akkor percenként 10 pontot kap a csapat, tehát ha a játékos a teljes 90 percet a pályán tölti, akkor 900 pont jár az egyesületének. A támogatás viszont csak, akkor lép életbe, ha több mint a pontok felét az U21-es játékosok hozzák össze.

4. ábra: U21-es labdarúgók összes játékpercei



forrás: bunteto.com 2023, saját szerkesztés

Az ábrán megfigyelhető, hogy a Magyar Labdarúgó Szövetség kezdeményezése sikeresnek bizonyult, hiszen a 2022/23-as szezonban kapták a legtöbb lehetőséget a 21 év vagy az alatti játékosok. A klubok számára jó motiváció volt, hogy pénzt kapnak, ha szerepeltetik az ifjú labdarúgókat.

2.7. Önkormányzati támogatások

A legtöbb magyar faluban és városban az önkormányzatok felelnek a sportlétesítmény fenntartásáért, üzemeltetésért, valamint karbantartásáért, mint például uszodáknál, sportpályáknál és sportcsarnokoknál, de a sportlétesítmények felépítéséért, illetve bővítéseiről is sokszor az önkormányzatok felelnek. A helyi közösség vagy az önkormányzatok gyakran szerveznek olyan sporteseményeket, amelyeken ingyenes a belépés, ezáltal mindenkinek megvan a lehetősége, hogy kipróbálja az adott sportágakat. Ilyen kezdeményezés például egy sportnap, vagy éppen egy városi futóverseny megrendezése, ezeket nagyon szeretik az önkormányzatok, mert főleg kisebb településeken rendkívül jó közösségépítő erejük van ezeknek a programoknak. A helyi

egyesület, iskolák edzői, sport tanárai számára továbbképzéseken, tanfolyamokon való részvételi lehetőséget teremt az önkormányzat, ezzel is növelve a képzés színvonalát, illetve az edzők motivációját, ami majd pozitívan fog kihatni a sportolókra is. Fontos megemlíteni, hogy egy adott önkormányzat csak a lehetőségeihez mérten tudja támogatni a sportokat/sportolókat, tehát egy szerényebb anyagi helyzetű kis település önkormányzata értelemszerűen nem tud annyi pénzt a támogatásokra fordítani, mint például egy agglomerációban található kisváros.

2.8. Állami támogatások

A TAO-ról (vagyis a társasági adóról) szóló részt, focusaudit, 2021 és az Önadózó újságcikk alapján (Rabné Barizs, 2023 alapján) állítottam össze.

A magyar állam 2011. évben vezette be a tao támogatást, ami minden egyesület számára jól jött, de leginkább a háttérben lévő, kisebb falusi sportegyesületek életét könnyítette meg nagyban, hiszen olyan forrásokhoz tudtak ezáltal jutni, amelyekre eddig nem volt lehetőségük.

A magyarországi társasági adó rendszerében a sporttámogatások olyan adókedvezmények, amelyeket a gazdálkodó szervezetek a látvány-csapatsportok, a Magyar Olimpiai Bizottság vagy más sportcélú szervezetek támogatására fordíthatnak. A szponzorálás és a társasági adó kapcsolódási pontját alapvetően az adja, hogy a támogatás egyik „elemének”, a kiegészítő sportfejlesztési támogatásnak a teljesítése történhet szponzori szerződés útján.

A sporttámogatások két formában nyújthatók: közvetlen támogatásként vagy adófelajánlásként. Az adófelajánlás esetén a gazdálkodó az adóhatóság felé megfizetésre kerülő társasági adója vagy adóelőlege terhére rendelkezik, és ezért adójóváírást kap, amely csökkenti a következő évi adókötelezettségét.

A két támogatás típus egymás mellett nem vehető igénybe, a vállalkozásnak választania kell, hogy melyiket alkalmazza.

Mik azok a látvány-csapatsportok?

- jégkorong;
- kézilabda;
- kosárlabda;
- labdarúgás;
- röplabda;
- vízilabda.

Milyen szervezetek támogathatóak?

- országos sportági szakszövetség;
- a szakszövetség tagjaként működő hivatásos vagy amatőr sportszervezet – ideértve a sportiskolákat is;
- látványcsapatsport fejlesztésére létrejött alapítvány;
- MOB.

A közvetlen támogatás („sporttámogatás”) esetén a gazdálkodó közvetlenül a sportcélú szervezetnek utalja a támogatást, és ez csökkenti az adózás előtti eredményét. A támogatás meghatározott része után adókedvezmény érvényesíthető. A sporttámogatás – a támogatási igazolás birtokában – az adóévben bármikor adható.

Az adófelajánlás ezzel szemben nem csökkenti a gazdálkodó adózás előtti eredményét, azt az év közbeni adóelőlegek terhére és az éves adó terhére ajánlhatja fel a gazdálkodó, amit az adóhatóság utal át a kedvezményezett szervezetnek. Ebben az esetben tehát az adókötelezettséget az adózó ugyanúgy teljesíti, mint máskor, a különbség annyi, hogy a befizetett összeg egy része nem marad az államkasszában, hanem az a kedvezményezett szervezetekhez kerül. Hogy miért éri ez meg a cégeknek? Az így felajánlott összeg(ek) tekintetében adózó adó jóváírásra jogosult, mely a következő évi adókötelezettségét csökkenti. A jóváírás összege egyéb bevételként számolandó el, mellyel ugyanakkor csökkenthető a társasági adóalap.

Közös mindkét konstrukcióban, hogy a támogató adózó és a támogatott sportszervezet megállapodnak az alap-, illetve a kiegészítő sportfejlesztési támogatásról. Ezt követően be kell szerezni a támogatási igazolást. Ennek a feltétele, hogy a vállalkozó támogatási szándéknyilatkozatot adjon a támogatandó sportszervezetnek, majd támogatási szerződést kössenek a felek. A támogatási igazolást a szakszövetségek és a MOB támogatása esetén az említett szervezetek kérelmére a sportpolitikáért felelős miniszter; minden egyéb, támogatásra jogosult szervezet kérelmére a látvány-csapatsport országos sportági szakszövetsége állítja ki a vállalkozás részére. A támogatás folyamata innentől eltérően alakul.

Sporttámogatás:

Az támogató társaság az igazolás megszerzését követően az adóév végéig átutalja a támogatás összegét a sportszervezetnek.

Adófelajánlás:

Ebben a konstrukcióban a támogatási igazolás beszerzését követően csak annyi a teendője a vállalkozónak, hogy benyújtsa a rendelkező nyilatkozatot az adóhatóságnak, amit ők utalnak tovább, amennyiben a Tao tv szerinti feltételek fennállnak. Az alaptámogatás összege után járó adójóváírást a NAV a vállalkozó folyószámláján fogja jóváírni.

A támogatás mindkét esetben két részből áll, melyekre eltérő szabályok vonatkoznak.

Alaptámogatás:

Az alaptámogatás a vállalkozó által megjelölt összeg, annak juttatásáért a vállalkozó nem jogosult ellenszolgáltatásra. „Sporttámogatás” esetén az alaptámogatás ráfordításként elszámolt összege egyrészt az adóalapnál elismert költség, másrészt a támogatás teljes összege a társasági adó összegéből is levonható, így a támogató társasági adókötelezettsége csökken. Adófelajánlás esetén a felajánlott adó 87,5 %-a az alaptámogatás, ami után jogosult adójóváírássra a vállalkozó.

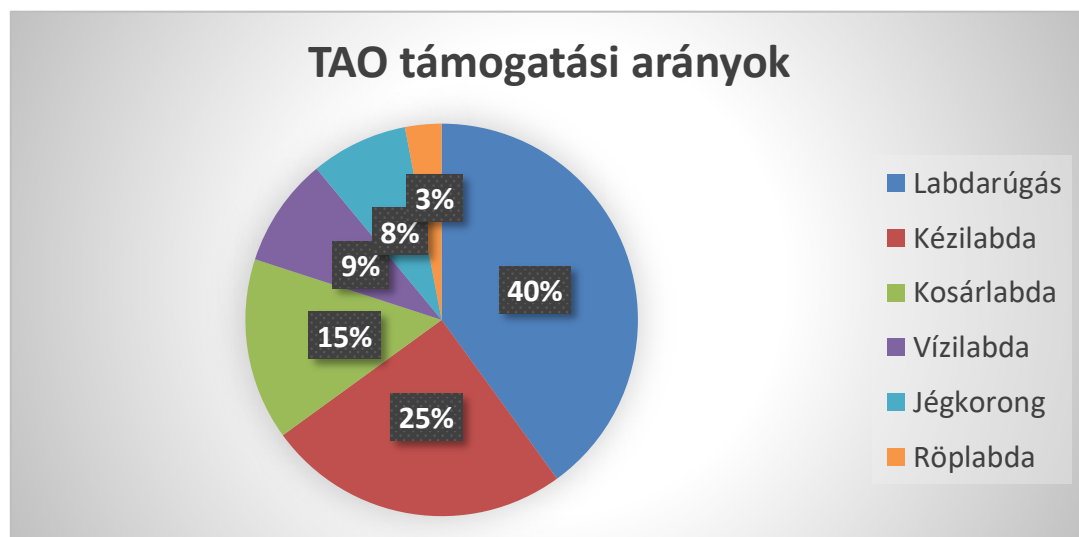
Kiegészítő sportfejlesztési támogatás:

Az alaptámogatáson felül a támogatást nyújtó vállalkozás köteles ún. kiegészítő sportfejlesztési támogatást is teljesíteni. A kiegészítő támogatás támogatási, vagy szponzori szerződés keretében is nyújtható. Amennyiben a felek a kiegészítő sportfejlesztési támogatásról szponzori szerződés keretében állapodnak meg, úgy a vállalkozás ellenszolgáltatásra jogosult.

A látvány-csapatsportágak társasági adókedvezményen keresztüli támogatása (TAO) az EU 2017-es döntése értelmében 2023-ig tartott volna, ám a határidőt az Európai Bizottság most a Sportért Felelős Államtitkárság kérésére újabb hat évvel kitolta.

Összességében az határozza meg a TAO támogatások mértékét, hogy az adott klub hány csapatot tud nevezni a korosztálynak megfelelő versenyeztetési rendszerben. Minél több csapatot tud benevezni (korosztályonként lehet több is), annál nagyobb összegre van lehetőségük szerződni a cégekkel. Nyilvánvalóan azok az egyesületek vannak előnybe, ahol sok gyerek van leigazolva, így sok csapattal tudnak elindulni az adott bajnokságban vagy rendezvényen.

5. ábra: TAO támogatási arányok



Forrás: Tóth-Mátrai 2023; 2011 és 2021 alapján, saját szerkesztés

A fenti ábra a látványsportok tao támogatási arányát mutatja be (Tóth-Mátrai, 2023). Láthatjuk, hogy a támogatás közel felét a labdarúgás kapta meg, egész pontosan 40%-ot. Érdekesség, hogy 30% az utánpótlásba, valamint az amatőr fociba ment, és csak 10% ment a profi labdarúgásba. A második legtöbb pénzt a kézilabda sportágnak jutott, ami az egész 25%-át teszi ki. A kosárlabdára 15% került elosztásra. A vízilabdára és a jégkorongra nagyjából hasonló rész jutott, előbbire 9%, utóbbira pedig 8%. A röplabda részesedése a támogatásból a legkisebb, mindössze 3%.

Az alább látható ábra bemutatja, hogy az állam 2010-től kezdve kategóriánként mennyi pénzzel támogatta a magyar sportot. A versenysport- és utánpótlásnevelést a vizsgált szakasz kezdetén 10,656 milliárd forinttal támogatták, ami a 2020-as évre már 167,088 milliárd forint volt. Az iskolai és diáksport támogatása 1,184 milliárd forintról 2,660 milliárdra változott, a szabadidősport- és rekreációs sporttevékenységekre pedig kezdetben 1,71 milliárdot adott az állam, a 2020-ban pedig már 13,23 milliárdot. Összegezve ez azt jelenti, hogy a sporttevékenységekre szánt támogatás a kezdetben mindösszesen 13,55 milliárd forint volt, ami a 2020-as évre gyakorlatilag meg tizenháromszorozódott, vagyis 182,97 milliárd forintra nőtt.

Összességében az állam által sportra elköltött pénz a 2010-es 38,88 milliárdhoz képes, 2020-ra tizenegyszer több lett, hiszen a 2020. évben 441,15 milliárd forintot fordítottak sport fejlesztésre, támogatásra.

Azt gondolom, hogy kezd meglátszani a bele ölt pénz a labdarúgásba, hiszen a Ferencvárosi Torna Club is egyre jobb eredményeket tud elérni, mind idehaza, mint pedig az európai porondon, illetve a magyar labdarúgó válogatott is fel tudja venni már bárkivel szemben a versenyt, elég, ha csak arra gondolunk, hogy 4-0-ra megvertük Angliát vagy éppen 1-0-ra a németeket.

6. ábra: A költségvetés sport kiadásai/támogatásai [folyó áron, millió forint]

Év	Sportügylek igazgatása, doppingellenes tevékenységek	Sportszövetségek és szabályozó testületek működésének támogatása ^a	Sportteljesítmények elismerése, járadékok, ösztöndíjak	Sportlétesítmények, edzőtáborok működtetése és fejlesztése	Versenysport- és utánpótlás-nevelési ^b	Iskolai, diáksport- ^b	Szabadidősport- (rekreációs sport-)	Összesen
					tevékenység és támogatása			
2010 ^c	–	2 889	636	21 805	10 656	1 184	1 709	38 880
2011	184	2 896	2 562	23 834	13 515	1 522	2 173	46 686
2012	184	3 667	5 309	27 646	16 285	1 841	2 344	57 277
2013	184	11 427	2 482	37 334	16 072	1 874	2 557	71 930
2014 ^d	346	1 276	3 189	72 206	35 046	2 828	4 660	119 551
2015	484	812	3 006	76 101	38 709	6 937	4 318	130 367
2016	16 997	767	5 341	283 240	65 668	4 053	4 983	381 048
2017	45 296	546	298	225 803	62 620	3 512	6 044	344 119
2018	4 832	509	175	237 563	64 361	3 179	14 206	324 824
2019	11 359	537	87	266 309	83 275	2 619	8 498	372 685
2020	23 562	284	185	234 130	167 088	2 660	13 238	441 147

Lábjegyzet

* Forrás: az állami, önkormányzati intézmények költségvetési beszámolóí.

a Az "Egyéb" feladatokkal együtt.

b Fogynatékossággal élők iskolai, diáksport tevékenység és támogatási feladataival együtt.

c 2010. évtől a költségvetési szakfeladat változása miatt az adatok a korábbi évek adataival korlátozottan hasonlíthatók össze.

d 2014-ben az intézményi beszámolók áttértek a kormányzati funkciók szerinti elszámolásra, ezért az adatok a korábbi évek adataival korlátozottan hasonlíthatók csak össze.

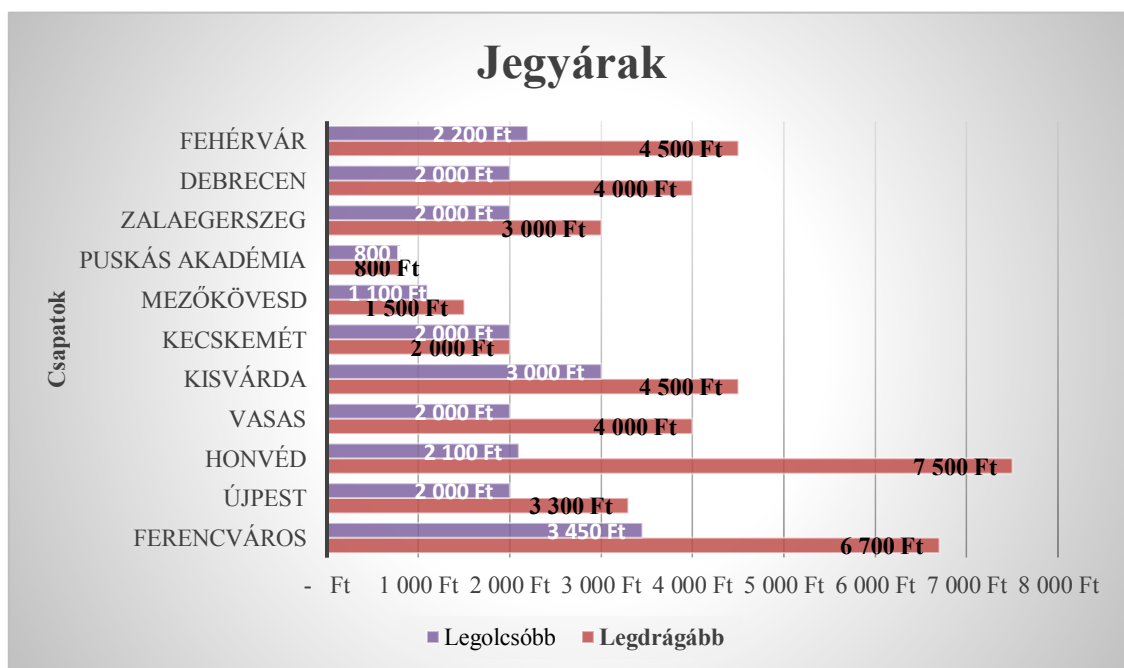
forrás: KSH, 2021,

2.9. „Szurkolói” támogatások

Ha nem is közvetlen módon, de a szurkolók is nagy részben hozzájárulnak egy adott klub támogatásához, leginkább azzal, ha megveszik a mérkőzésjegyeket, illetve a klub hivatalos felületein árult termékeit, mint például ajándéktárgyakat, utcai ruhákat, valamint hivatalos gyártó által forgalmazott mezeket. A 2022/23-es szezonban mindösszesen körülbelül 3500 volt az átlagnézőszám a labdarúgó NB1-ben. Valljuk be, ez a szám rendkívül alacsony, még annak ellenére is, hogy a 2021/22-es szezonhoz képest 700-al nőtt a szám (MLSZ, 2023).

Most pedig bemutatom a 2022/23-as idényben milyen jegyárak voltak érvényben a kluboknál.

7. ábra: Jegyárak



forrás: MLSZ, 2023; alapján saját szerkesztés

Több klubnál is elérhető több kategóriában mérkőzésjegy. Van, ahol a jobb csapatok ellen, kiemelt mérkőzésre hivatkozva van egy bizonyos % felár az alap jegyárakhoz képest. Viszont a táblázattal kapcsolatosan kiemelném, hogy az egységes értelmezés érdekében mindenhol az első kategóriás alap jegyárakat vettem figyelembe, valamint sem az egyéb kedvezmények (mint például diák, nyugdíjas), sem a kiemelt jegyek (például VIP, SkyBox) nem szerepelnek az összehasonlításban.

A legérdekesebb, hogy annál a Honvédnél volt a legmagasabb a jegyár, 7500 Ft értékben, amely a bajnokság végén kiesett, és idéntől a másodosztályba folytatta. A nemzetközi csoportkörben is szereplő Fradinál volt a 2. legmagasabb ár, 6700 Ft-tal. A legolcsóbb jegyek a Puskás Akadémiánál volt elérhető, ahol egységesen 800 Ft-ért lehetett venni a jegyeket. Átlagosan 3640 Ft-ért lehetett belépőt venni az élvonalbeli mérkőzésekre.

3. BEFEKTETÉSEK

De mi is pontosan a befektetés?

„Jelenlegi pénzért olyan eszközt veszünk, amely jövőbeli pénzáramot testesít meg. A befektető általában feltételezi, hogy jelenértékben legalább annyit kap vissza, amennyit befektetett, azaz $NPV \geq 0$ értékű üzletet köt. Ez átlagban nem teljesülhet, mert az átlag éppen $NPV=0$, de az átlag szórással valósul meg, így a befektetések közel fele pozitív nettó jelenértékű lesz, tehát törekedni lehet rá. Mindazonáltal az érték az értékpiacon a nagyon erős verseny miatt majdnem tökéletes az árazás, ezért az ügyleteknek nagyon kis szórással lesz átlagosan nulla a nettó jelenértéke” (Vincze, 2013 pp. 254).

Ha az átlagember számára le akarjuk egyszerűsíteni a fogalmat, akkor egy befektetés során egy adott személynek vagy egy vállalkozásnak a pénzét olyan eszközökbe vagy projektekbe helyezik, amelyekben rejlik akkor lehetőség, illetve potenciál, hogy a jövőben ez majd megtérül, aztán profitot, nyereséget generál majd, vagyis megtérül a befektetés.

3.1. Befektetők, tulajdonosok

A magyar labdarúgásban számos üzletember befektetésként tekint a klubokra, hiszen ahogy haladtunk előre az időben, a labdarúgás is egyre inkább üzletté változott, ezt felismerve vásároltak a vállalkozók maguknak rész-, vagy éppen 100%-os tulajdonjogot az egyesületekbe. Akinek részesedése van az adott klubban, annak a személynek értelemszerűen lehetőség van irányítani és befolyásolni a klub életét.

Elsőként Angliában, majd szépen lassan egész Európában gazdasági társaságokká alakultak az egyesületek és létrejöttek a professzionális sportüzlet vállalkozói, a sportvállalatok (Ács, 2015).

A vállalat egy olyan önállóan gazdálkodó szervezeti alapegység, mely kockázatot vállalva nyereségnövekedésre és tőkegyarapításra törekszik és külső környezetével áru - pénz kapcsolatban van. A vállalat kielégíti a fogyasztói igényeket, szükségleteket. A vállalat profitorientált. Fennmaradásának alapvető feltétele, hogy bevételei meghaladják a kiadásait, így hosszabb távon nyereséges legyen (Ács, 2015 pp 114).

De mi is járhat egy tulajdonos fejében?

- Hosszú távra tervezés: A labdarúgóklubnál hatványozottan igaz, hogy ha egy személy befektetés céljából vásárol tulajdon részt, akkor mindenképpen hosszú távban kell gondolkodnia, hiszen abszolút nem egy rövid távú befektetési forma. Nagyjából három „összetevőn” múlik, hogy a befektetés megtérül-e, az eredményességen, a marketingen és az infrastruktúra fejlesztésén.
- Infrastruktúrafejlesztés: Számos klub építtetett új stadionokat a közel múltba, illetve az edzőközpontokat is új szintre emelték, ezzel is segítve, hogy minőségi munkát lehessen elvégezni, amelyek a tulajdonosok nélkül nem jöhetett volna létre.
- Átigazolási politika: A modern labdarúgásba a fiatal, potenciális játékosokat keresi mindenki, hiszen egy-egy jó szezon után ezeket a játékosokat nagy pénzért, akár többszörös áron lehet továbbadni. Ezek az igazolások gyakorlatilag rövid távú befektetéseként szolgálnak. Azok után, hogy sikerült egy játékost nagyobb összegért eladni, mint megvenni, a tulajdonos eldöntheti, hogy visszaforgatja-e ezt a pénzt a klubba vagy sem.
- Elismerés: Ha a csapat sikeresen teljesít, esetleg a nemzetközi szinten is jó eredményt ér el, akkor nemzetközi elismerést kaphat a tulajdonos, és a klub hírneve is terjedni tud a világban.

Összegyűjtöttem kik állnak a magyar NB1-es csapatok élén. A Ferencvárosi Labdarúgó Zrt tulajdonjoga, maga az egyesület, a Ferencvárosi Torna Club kezében van, melynek elnöke és első embere Kubatov Gábor, de 0,01 % a Fotex kezében maradt (Vg, 2023). A Puskás Akadémia FC 100%-os tulajdonjogával a Felcsúti Utánpótlás Neveléséért Alapítvány rendelkezik, elnökük pedig Mészáros Lőrinc. Az Újpest Football Clubnak egyedülként az első osztályban, külföldi tulajdonosa van. Roderick Duchatelet belga üzletember, aki egyedüli tulajdonosa a sportszervezetnek. A 2023. évben már a levegőben lógott, hogy eladja a klubot, de végül az érdeklődők nem tudták kifizetni a megállapodásban jegyzett összeget. A Diósgyőri VTK többségi tulajdonosa a BORSODI

SPORT Holding Kft., valamint az Arago Befektetési Holding Zrt., kisebbségi tulajdonosa pedig a városi önkormányzat (Origo, 2021). A Paksi Sportegyesülethez tartozik a Paksi FC teljes tulajdona. Garancsi István a Fehérvár befektetője, 81%-os tulajdonrésze van a klubban, amit 2007-ben vett meg. 2009-ben az egyesület másik tulajdon részét is megvásárolta. Az Újpest mellett a Debrecennek van még külföldi érdekeltségű befektetője. A Noah Football Group 2022-ben vásárolt részesedést a kelet magyarországi csapatban (Haon, 2022). Érdekesség, hogy a befektetőcsoport örmény háttérrel rendelkezik, de a Magyarországon lévő cégükkel, az NSE Sport Invest Kft. által lett közvetlen tulajdonrészük.

4. KUTATÁS

A „támogatások és befektetések a labdarúgásban Magyarországon” téma azt gondolom alapvető fontosságú ahhoz, hogy jobban megértsük az országban milyen szerepe van a sportág társadalmi, illetve gazdasági szerepének. Ráadásul a foci egy olyan sport, ami egyértelműen szorosan kapcsolódik a nemzeti identitáshoz, ezáltal pedig nagy hatással van a gazdasági folyamatokra, valamint szerintem még a közösségi kapcsolatokra is.

Készítettem egy kérdőívet, annak érdekében, hogy megnézzem, egyes emberek, hogyan vélekednek az adott kérdésekről. Véleményem szerint, az eredményekből kapott információk segíthetnek a témában még ki nem használt lehetőségek feltárására, valamint a jövőbeli sportpolitika kialakításában.

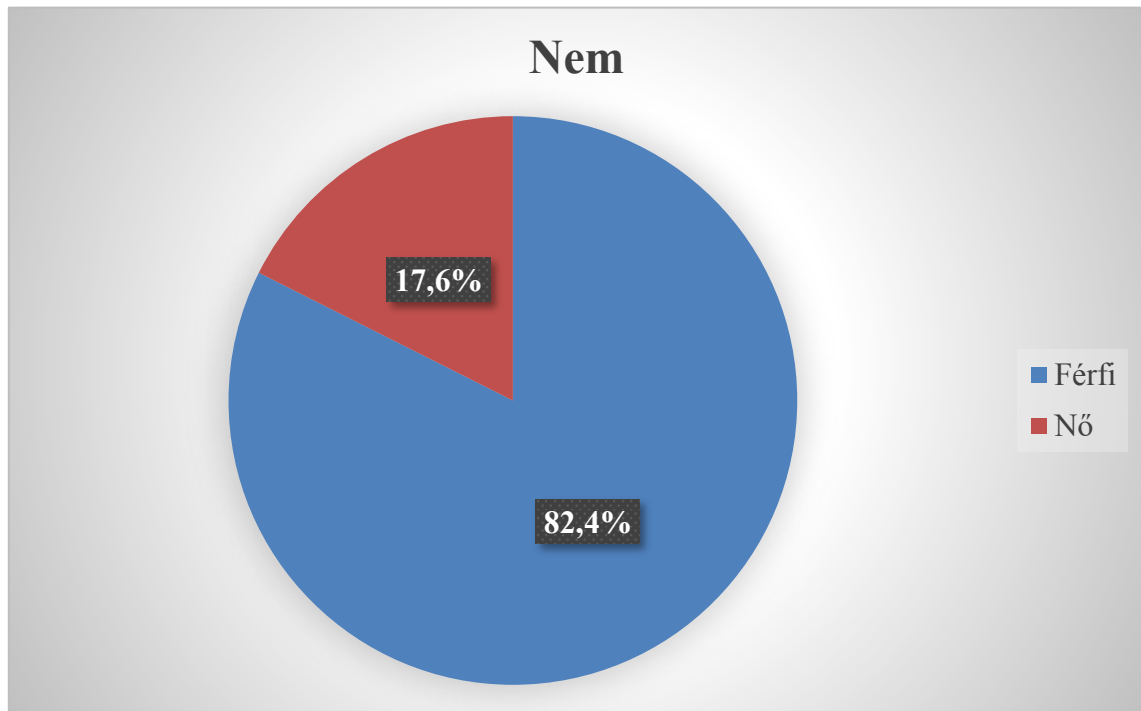
A következő részben bemutatom a kutatásom eredményeit, valamint széles körben értelmezem a magyar labdarúgást gazdasági és társadalmi szempontokból.

A kutatás célja az volt, hogy a témakörben, milyen előre lépési lehetőségek vannak még a magyar fociban. Ezenfelül 3 db hipotézist fogalmaztam meg, amikre szerettem volna választ kapni:

- Hazánk legkedveltebb magyar csapata a Ferencváros (H1)
- Felháborodást keltene, ha egy klub nevét szponzorációs okokból megváltoztatnának (H2)
- A magyar nemzet örülne, ha egy nagy világversenyt rendeznénk meg (H3)

Legelőször megvizsgálom a demográfiai adatokat.

8. ábra: Nemi megoszlás, n=91



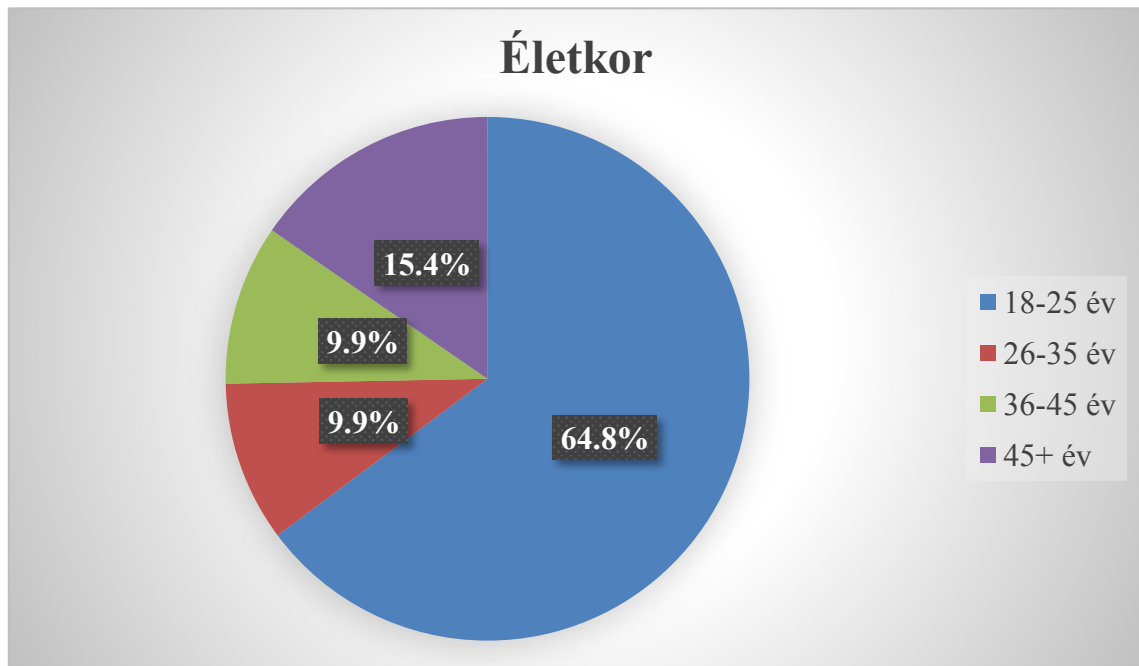
Forrás: saját kutatás, 2023

Nemi megoszlás:

- férfi- 75 fő (82,4%);
- nő- 16 fő (17,6%).

Az általam készített kérdőívet 91-en töltötték ki összesen, ezek között 75 férfi, valamint 16 nő található meg. Fontos megjegyezni, hogy anonim módon lehetett a kérdésekre válaszolni. Látható, hogy jóval magasabb a férfi kitöltöttségi szám, ami szerintem azért lehet, mert a vizsgált téma jobban érdekelte a férfiakat, és szélesebb körű érdeklődést váltott ki belőlük.

9. ábra: Életkor megoszlása a kitöltők között, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Életkor:

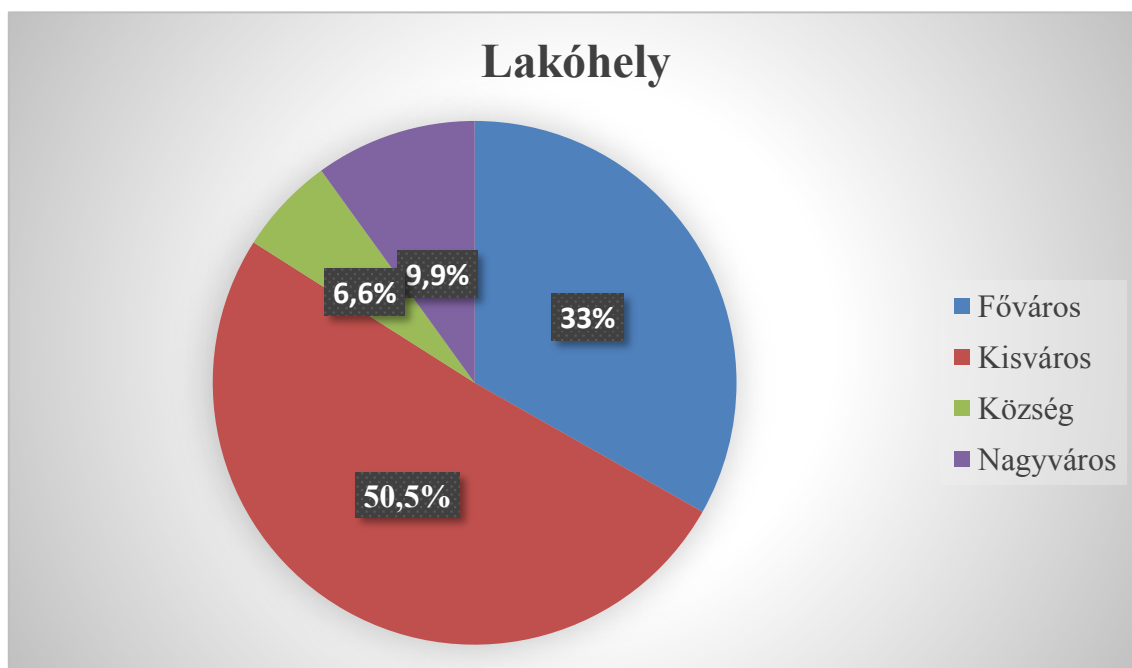
- 18-25 év- 59 fő (64,8%);
- 26-35 év- 9 fő (9,9%);
- 36-45 év- 9 fő (9,9%);
- 45+ év- 14 fő (15,4%).

Ahogy a fenti ábrán is látszik a kitöltők életkorának többsége 18 és 25 év közötti kategóriába esik, hiszen 59 fő tartozik ide. Az adatokból úgy tűnik, hogy a fiatalabb korosztályt abszolút érdekli a labdarúgás és a témával kapcsolatos kutatás. Véleményem szerint a mai fiatal férfiaknál, kimondottan népszerű a labdarúgás, ami a jövőre nézve fontos lehet, hiszen ezáltal fejlődhet tovább.

A 26 és 35 év közöttieknél előfordulhat, hogy a téma kevésbé keltette fel az érdeklődésüket, illetve a kutatásban való részvételi hajlandóság sem volt túl magas.

A közép generáció, illetve az idősebb generáció közül 9-en, illetve 14-en töltötték ki, tehát összesen 23-an vettek részt a kutatásban. Nekik van a legtöbb tapasztaltuk életkorukból adódóan a témában.

10. ábra: Lakóhely megoszlása, n=91



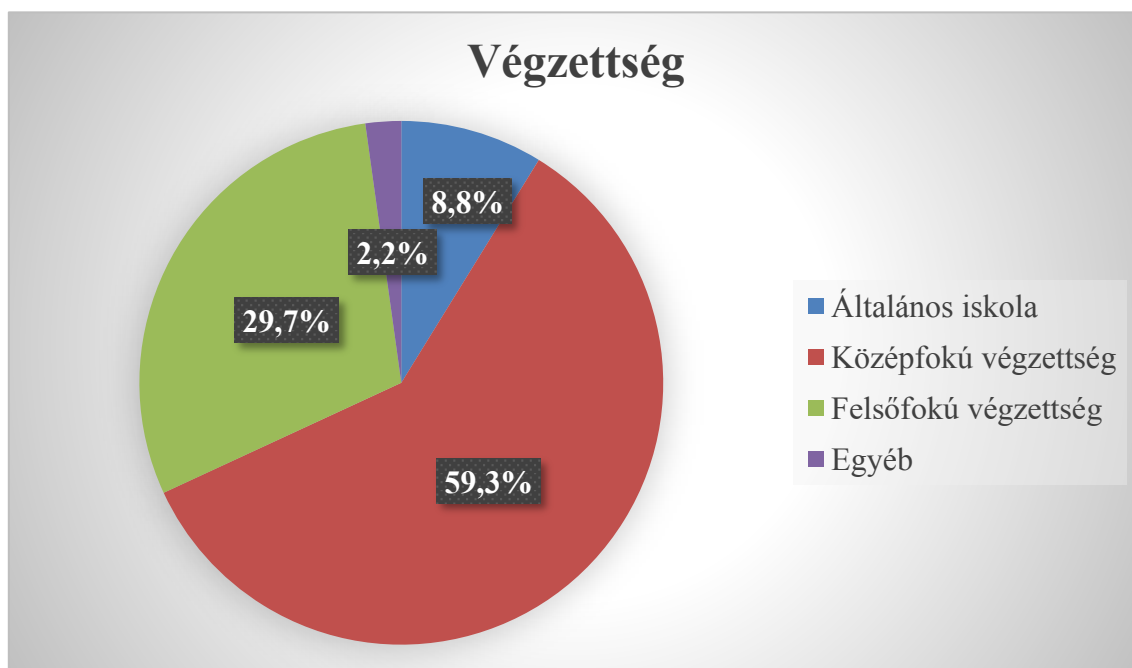
Forrás: saját kutatás, 2023

Lakóhely:

- Főváros- 30 fő (33%);
- Nagyváros- 9 fő (9,9%);
- Kisváros- 46 fő (50,5%);
- Község- 6 fő (6,6%).

A 10. ábrán látható, hogy mindenféle településtípusról érkeztek válaszok. A legtöbb, 50,5%-ban, kisvárosokból érkezett, ami annak köszönhető, hogy én is egy kisvárosban élek és vélhetően ide jutott el legtöbb emberhez a kérdőív.

11. ábra: Végzettség megoszlása, n=91



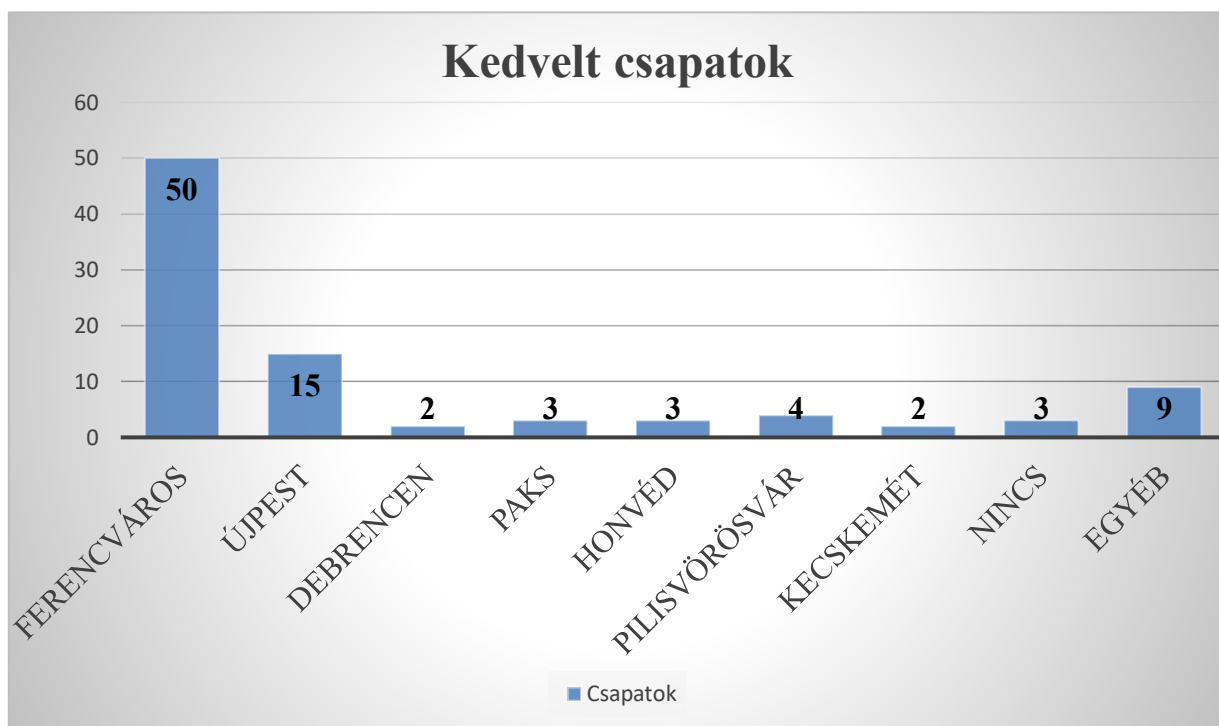
Forrás: saját kutatás, 2023

Végzettség:

- Általános iskola- 8 fő (8,8%);
- Középfokú végzettség- 54 fő (59,3%);
- Felsőfokú végzettség- 27 fő (29,7%);
- Egyéb- 2 fő (2,2%).

A résztvevők között „egyéb” kategóriába 2 fő tartozik, ami a speciális végzettségnek köszönhető. 8,8 % tartozik az általános iskolai csoporthoz. Felsőfokú végzettséggel 27 fő, vagyis majdnem a megkérdezettek 30%-a rendelkezik. A legnagyobb szeletet a középfokú végzettséggel rendelkező teszik ki, 54 fő tartozik ide. Ha megnézzük, hogy 18 és 25 év között 59 ember töltötte ki a kérdőívet, akkor várható volt, hogy ez lesz a legnagyobb csoport, hiszen vélhetően sokan még csak most fejezték be a középiskolát és nem volt idejük befejezni a felsőfokú végzettséghez szükséges papírokat.

12. ábra: Kedvelt csapatok a magyar labdarúgásban, n=91

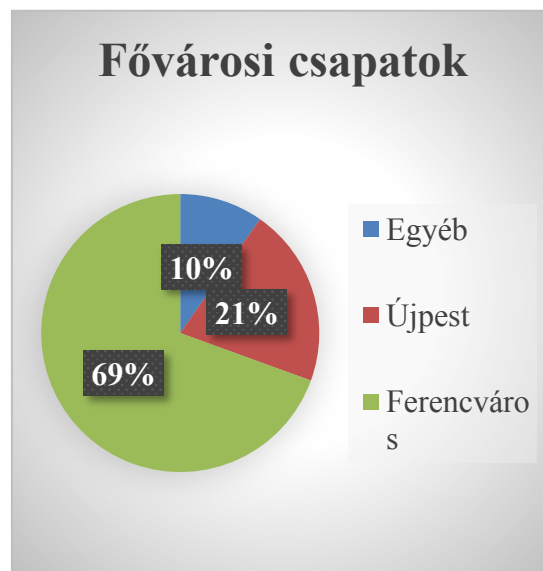


Forrás: saját kutatás, 2023

13. ábra: Területi eloszlás, n=91



14. ábra: Fővárosi csapatok eloszlása, n=91



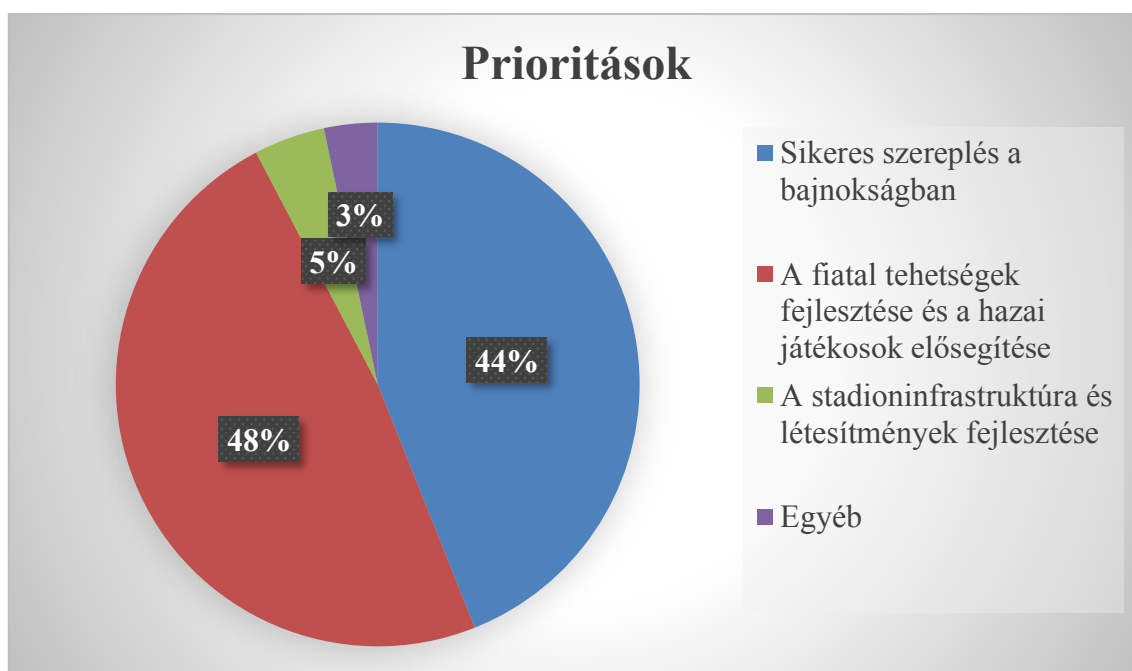
Forrás: saját kutatás, 2023

Melyik magyar labdarúgó csapatot kedveli a legjobban?

A válaszadók közül 3 embernek nincs kimondottan kedvelt klubcsapata, ők inkább csak a magyar válogatottat követik figyelemmel. A maradék 88 emberből 82% szurkol valamilyen fővárosi csapatnak, 18% pedig valamelyik vidéken lévő labdarúgó csapatot favorizál. A fővárosban a megkérdezettek 69%-a a Fradinak, 21%-a az Újpestnek, valamint a maradék 10% egyéb csapatoknak, mint például a Honvéd, Vasas vagy éppen MTK. Azt gondolom már a kérdőív előtt lehetett tudni, hogy a legkedveltebb csapat a Ferencvárosi Torna Club lesz, mögötte pedig az Újpesti Futball Club fog elhelyezkedni. A 36-45 évig terjedő, illetve a 45+-os korosztályban a 23 válaszadó közül 12 fradista és 3 újpesti található. Az én véleményem szerint, azért is látható ezekben a korosztályokban, hogy ez a 2 csapat dominál, mert ez a két klub rendelkezik legnagyobb hagyománnyal és történelemmel. Amikor ők a 10-es, 20-as éveikben jártak, akkor ez a két rivális csapat dominálta a magyar bajnokságot és ők voltak a legsikeresebbek, ezért könnyen lehetett gyerekként elkezdni nekik szurkolni.

A vidéki csapatoknál a Pilisvörösvári UFC volt a legnépszerűbb 4 szavazattal, mögötte a Paksi FC 3-mal és a Kecskeméti TE, illetve Debreceni VSC 2-2 szavazattal. Az, hogy egy megyei bajnokságban szereplő focicsapat 4 szavazatot kapott, az vélhetően annak tudható be, hogy én ebben a városban lakom és az ide valósiak is valószínűleg megcsinálták a kérdőívet. A Paks és a Kecskemét támogatása számomra egyértelmű, hogy annak tudható be, hogy az együttesekbe rendkívül sok magyar játékos futballozik, sőt a Paks teljesen magyar kerettel, azaz idegenlégiós nélkül dolgozik és ez mindenképpen szimpatikus az emberek számára.

15. ábra: Prioritások a focicsapatoknál, n=91



Forrás: saját kutatás

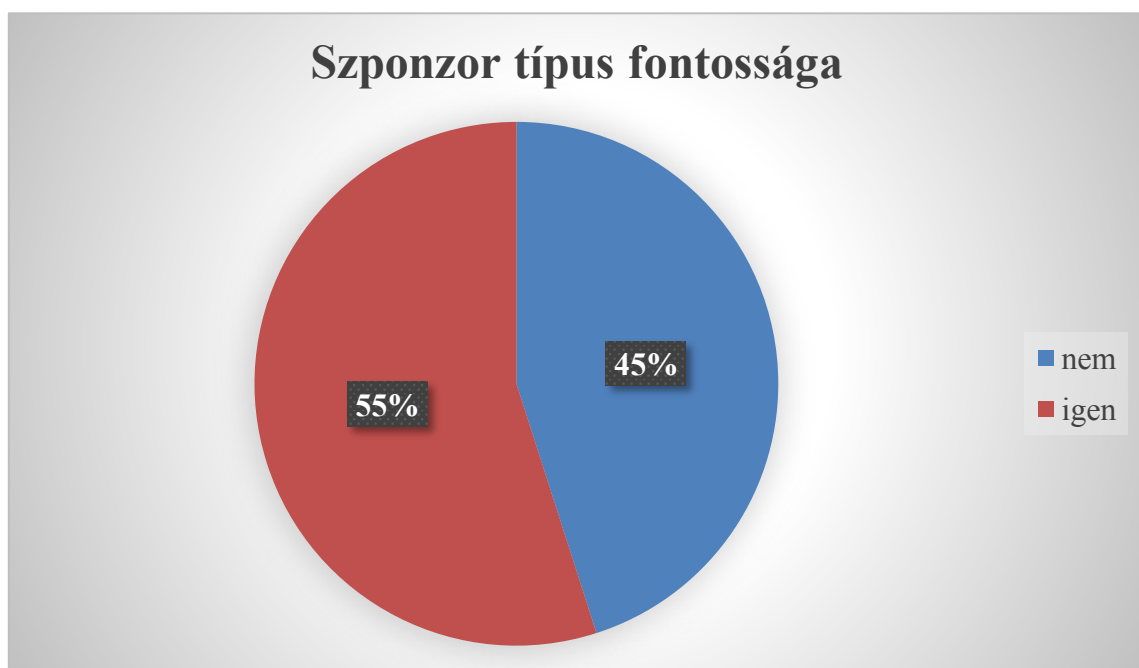
A következő lehetőségek közül válassza ki, hogy melyik opciónak örülne leginkább az Ön által megnevezett csapatnál:

- Sikeres szereplés a bajnokságba- 40 fő (44%);
- A fiatal tehetségek fejlesztése és a hazai játékosok elősegítése- 44 fő (48%);
- A stadion infrastruktúra és létesítmények fejlesztése- 4 fő (5%);
- Egyéb- 3 fő (3%).

40 fő, azaz 44% szeretné azt, hogy csapatuk sikeresen szerepeljen a bajnokságban. Nyilván a siker relatív, hiszen egy gyengébb játékerőt képviselő vagy egy frissen feljutó csapatnak az a siker, ha bent marad vagy a középmezőnybe végez. Addig egy Ferencvárosnál az a siker, ha bajnok lesz a csapat és a nemzetközi porondon sikerül bejutni valamelyik csoportkörbe a Bajnokok Ligája, Európa Liga és Konferencia Liga közül. Ha már a nemzetközi kupáknál tartunk, természetesen, ha bejut a csoportkörbe egy magyar csapat akkor az Európai Labdarúgó Szövetség, vagyis az UEFA nagyon nagy pénzekkel támogatja az adott csapatot. Alapvetően minél sikeresebb egy csapat a maga szintjén, annál több szurkolót tud bevonítani a stadionokba, így a jegyekből származó bevétel is megemelkedik.

A megkérdezettek 48%-ának az lenne a legfontosabb, ha csapata minél több fiatal tehetséget tudna kinevelni és pályára küldeni. Egyrészt azért is fontos, mert hosszútávon kifizetődő lehet ez a klubmodell, hiszen, ha sikerül jó játékosokat kinevelni, akkor sikerebben szerepelhet a klub, illetve jó áron tudja értékesíteni a fiatal játékos játékjogát. Egy másik indok lehet a sok szavazat mögött, hogy egy saját nevelésű magyar játékos, aki már utánpótlás kora óta a klub kötelékébe tartozik, gyakorlatilag „egybe forr” az egyesület identitásával, ezáltal a fanatikusok is jobban tudnak azonosulni velük, mint a külföldi labdarúgókkal.

16. ábra: Szponzor típus fontossága, n=91



Forrás: saját kutatás

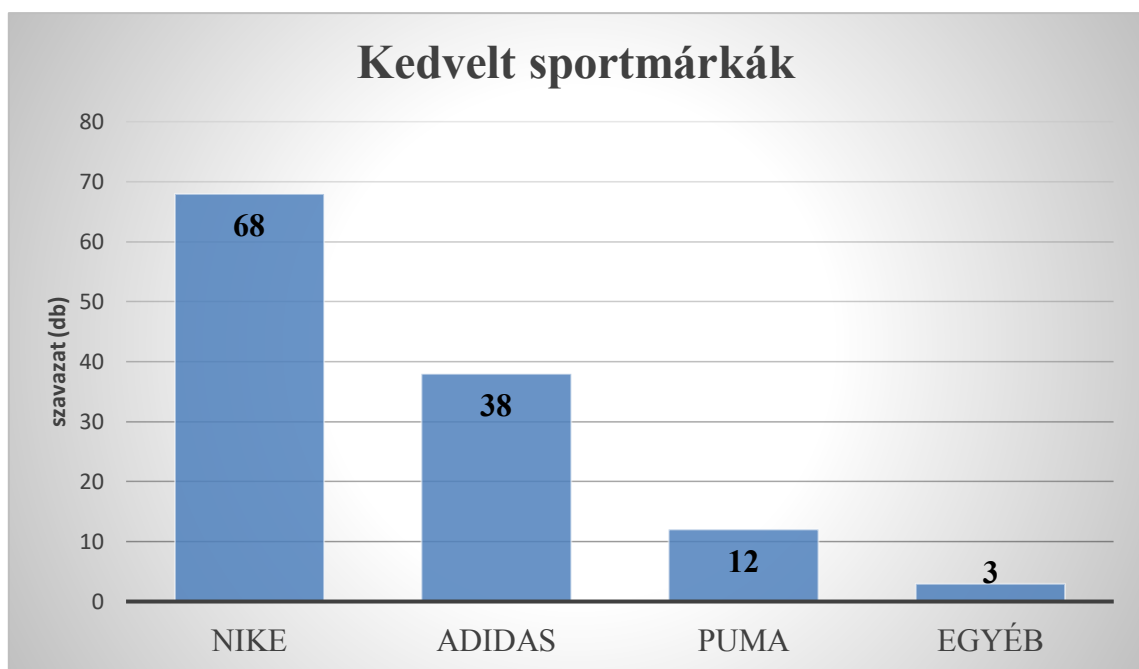
Fontos Önnek, hogy milyen cégek támogatják az Ön által megnevezett klubot?

- Igen- 50 fő (55%);
- Nem- 41 fő (45%).

Talán a legmegosztóbb kérdés ez volt, hiszen 55% szavazott igennel, 45% pedig nemmel. Egyedül a 18 és 25 év közötti korcsoportnál az 59 emberből, aki megcsinálta az űrlapot, több mint a fele 37 ember voksolt igennel. A többi korcsoportnál nem érték

el az igen válaszok az 50%-ot. Azt gondolom, hogy ez annak köszönhető leginkább, hogy a fiatal generáció már jóval elkötelezettebb és tudatosabb márkaidentitás kapcsán. A fiataloknak fontos, hogy az ő értékeikkel és érdeklődési körükkel összhangban álló cégek támogassák az egyesületet, hiszen csak így tudnak teljesen azonosulni a klub identitásával. Ha annak a 41 főnek, aki nemmel válaszolt, döntési joga lenne, hogy melyik vállalattal kössön szerződést kedvelt klubja, akkor vélhetően azt választaná, amelyik a legtöbb pénzt kínálja és nem venné figyelembe a cég értékeit, gondolkodásmódját.

17. ábra: Kedvelt sportmárkák, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Melyik sportmárkát részesíti előnyben?

Számos tényező befolyásolhatja, hogy az adott sportmárkát mennyien kedvelik a nagyvilágban. A válaszadók közül, ahogyan a világon is, a Nike az élvonalas a sportszergyártók közül. Egyrészt a szurkolónak a legfontosabbak között szerepel a dizájn, vagyis mennyire tetszik az illetőnek az adott sportcucc. A Nike nemcsak arra figyel oda, hogy kiváló minőségű sportruhákat gyártson, hanem a divatra is összpontosít, ezért nem véletlen, hogy az 59 db 18 és 25 év közötti ifjú közül 52-nek szerepelt a Nike a válaszában, illetve természetesen a nőknek az egyik legfontosabb a trendi ruházat, náluk

a 16 kitöltőből 14-nél jelent meg a Nike, mint kedvelt sportmárka. Az előző témakörhöz kapcsolódóan a Nike-nak és az Adidasnak is vannak olyan programjai, amelyek a társadalmi felelősségvállalásban igen nagy hangot kapott. A Nike-nak a „Move to Zero” programja a környezetvédelmet és a fenntarthatóságot helyezi előnybe. Az Adidasnak a Parley-val van egy kollaborációja, ahol az óceánból kihalászott műanyagokból készítenek cipőket, illetve volt példa rá, hogy futball mezeket is. A „Z generáció” pedig köztudottan jóval tudatosabban választ a ruházatok közül, ezért ezek a programok is közre játszhatnak abba, ki melyik márkát kedveli jobban. Érdekesség, hogy a magyar első osztályban mindösszesen 2 csapat viseli a Nike által gyártott termékeket csapat szinten, 4-en pedig az Adidasét.

Hogyan vélekedik a külföldi tulajdonosok jelenlétéről a magyar labdarúgásban?

A magyar élvonalban az Újpestnek van egyedülként 100%-ban a tulajdonrészé külföldi kezekben, hiszen Roderick Duchatelet belga üzletember a tulajdonos, ezért ebben a részben inkább őket venném górcső alá. Mellettük még a Debrecennek van külföldi érdekeltségé egy örmény befektetőcsoport által, de erről az embereknek nincs olyan rossz véleményük, mint az Újpestnél. Pár érdekesebb véleményt kiemelnék.

1. „Lehetnek előnyei is, hiszen a más országban/országokban megszerzett tapasztalatokat tudja hasznosítani Magyarországon is, külföldi kapcsolatok által játékosokat tudnak megszerezni, hátránya lehet esetleg, hogy nem a magyar játékosokat részesítik előnyben.”
2. „Ha tisztelik a klub hagyományait és értékeit, akkor semmi gond velük.”
3. „Szerintem jobb, ha magyar tulajdonosa van egy klubnak, mert ismeri a hagyományokat, és így jobban tudja vezetni a klubot.”
4. „Amíg a magyar fiatalokat támogatják, fejlesztik, játsztatják a csapatokban, addig nincs bajom vele, de mikor a magyar fiatalok nem kapnak játékidőt, mert a külföldi játékosokat játsztatják inkább a tulaj nyomására, az zavaró.”

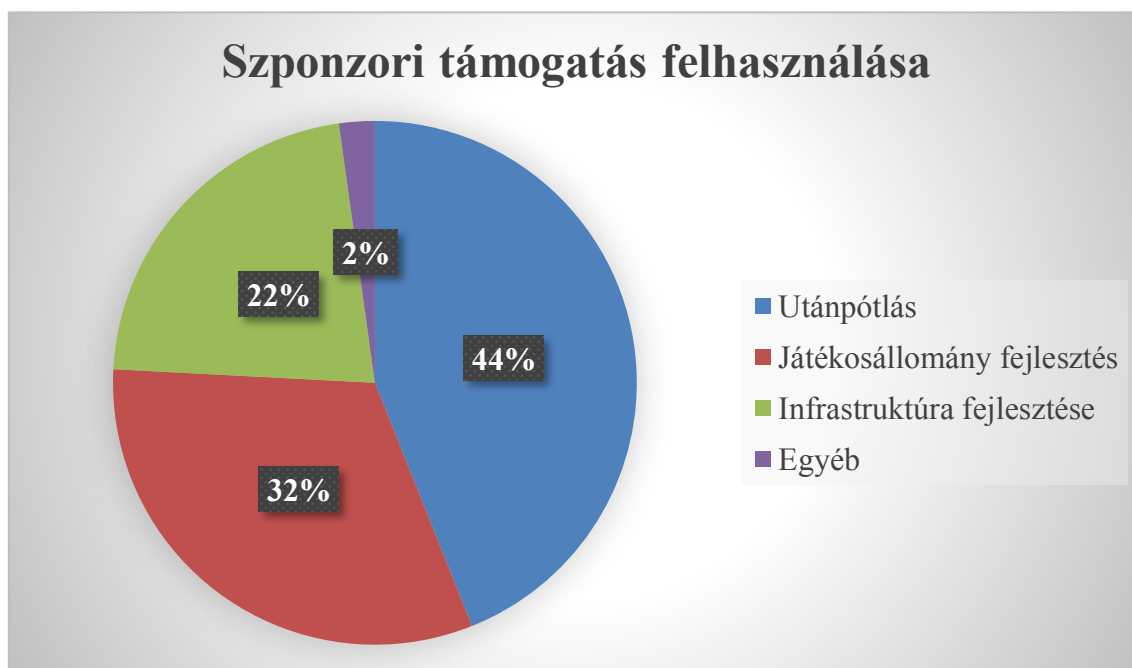
A 2. és 3. megfogalmazás is azt nehezményezi, hogy a külföldi tulajdonosok nem biztos, hogy ismerik és tovább ápolják az adott klub hagyományát. Ennek a negatív hozzáállásnak vélhetően köze van Duchatelet úrnak, hiszen rendkívül rossz a kapcsolata az újpesti szurkolókkal. Nagy port kavart a magyar labdarúgásban, amikor is 2017. július

3-án lecserélte az egyesület tradicionális címerét a tulajdonos. Mondani se kell, hogy az addig se annyira kedvelt belga, ezek után milyen fényben tűnt fel a fanatikusok körében. Hosszú pereskedés és szurkolói nyomás hatására, 2022 közepén visszaállította az „eredeti” címert (nso, 2022). Az első és negyedik vélemény is kapcsolódhat az Újpesthez, hiszen a Duchatelet család tulajdonában állt a belga Standard Liege focicsapata is, és nagyon sok külföldi játékos érkezett Újpestre onnan, ezáltal megfosztva a lehetőséget a magyar fiataloktól.

1. „Véleményem szerint, a nemzetközi gondolkodás sokban segítheti a magyar klubokat.”
2. „Előnyösnek gondolom, sokat tanulhatunk a különböző futball kultúrák képviselőitől.”
3. „Lehetnek előnyei is, hiszen a más országban/országokban megszerzett tapasztalatokat tudja hasznosítani Magyarországon is, külföldi kapcsolatok által játékosokat tudnak megszerezni, hátránya lehet esetleg, hogy nem a magyar játékosokat részesítik előnyben.”

A pozitív dolgok közül rendre azt említették a válaszadók, hogy más országokban jelen lévő gondolkodásmódot, illetve az ott tapasztaltakat, ha betudja integrálni a tulajdonos a magyar labdarúgásba, akkor az mindenképp segít az itthoni foci fejlődését.

18. ábra: Szponzori támogatás felhasználása, n=91



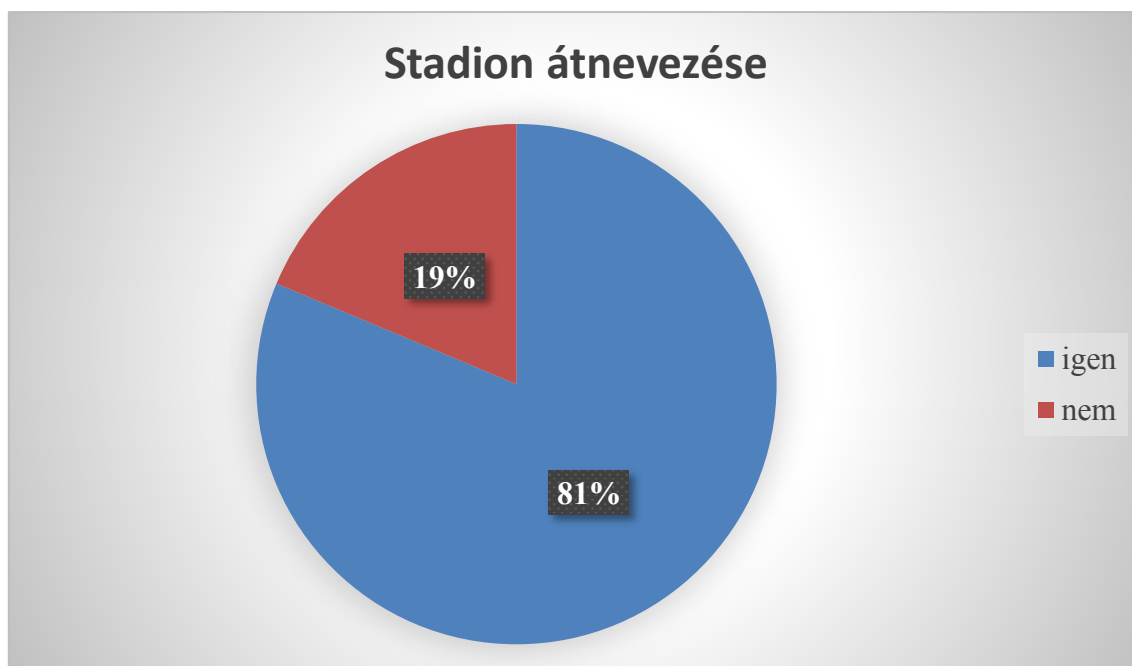
Forrás: saját kutatás, 2023

Ön szerint mely területeken kellene felhasználni leginkább a szponzori támogatásokat az Ön által megadott klubnál?

- Utánpótlás- 40 fő (44%);
- Játékosállomány fejlesztése- 29 fő (32%);
- Infrastruktúra fejlesztése- 20 fő (22%);
- Egyéb- 2 fő (2%).

32% úgy gondolja, hogy a játékosállomány nem elég erős csapatuknál, ezért oda kéne beinvestálni több pénzt. A válaszadók közül 40 fő az utánpótlásra költené a befolyt támogatások nagy részét. A 45 év fölöttieknél, a 14 emberből 11, tehát a 79% azt szeretné, ha az ifjúsági csapatok profitálnának ebből a pénzből. Azok, akik kisebb klubokat kedvelnek- például Pilisvörösvári UFC, Doboz SE, Kecskeméti TE vagy éppen Paks- inkább az infrastruktúrát fejlesztenék, hiszen nekik nincs korszerű edzőkomplexumuk vagy éppen stadionjuk.

19. ábra: Stadion átnevezése, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Elfogadná, ha az Ön által megadott csapat stadionjának neve megváltozna szponzorációs okok miatt?

- igen- 74 fő (19%);
- nem- 17 fő (81%).

A kitöltők közül 74 főt nem zavarna, ha egy vállalat neve benne lenne a stadion nevében, mint ahogy az a Fradinál is, a Groupama Arénánál van. Azok közül, akik a Ferencvárost jelölték meg kedvenc csapatuknak, mindösszesen 3-an jelezték, hogy nem értenek egyet egy ilyen jellegű változással. Azok, akik nem támogatnák ezt a döntést csak úgy, mint a külföldi tulajdonossal kapcsolatos kérdésnél, a hagyományokra hivatkoztak, hogy szembe menne a klub történelmével és ezért nem örülnének ennek a lépésnek.

1. „Nagyon fontos a szponzori pénz, de vannak bizonyos normák, amiket nem szabadna átlépni. Fontosnak tartom a nemzeti kötődést is. Az említett példánál jobb lett volna mondjuk: Albert Flórián Groupama Aréna.”

Kiemelném ezt a véleményt, ami gyakorlatilag a 2 opciót összevonja. A végeredmény egyébként engem kimondottan meglepett, mivel a kérdésfeltevés előtt sokkal nagyobb arányba számítottam a „nem” válaszoknál.

20. ábra: Klub átnevezése, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Elfogadná, ha az Ön által megadott csapat nevébe bekerülne egy vállalat neve, ezáltal nagy bevételre tenne szert a klub?

- igen- 76 fő (84 %);
- nem- 15 fő (16 %).

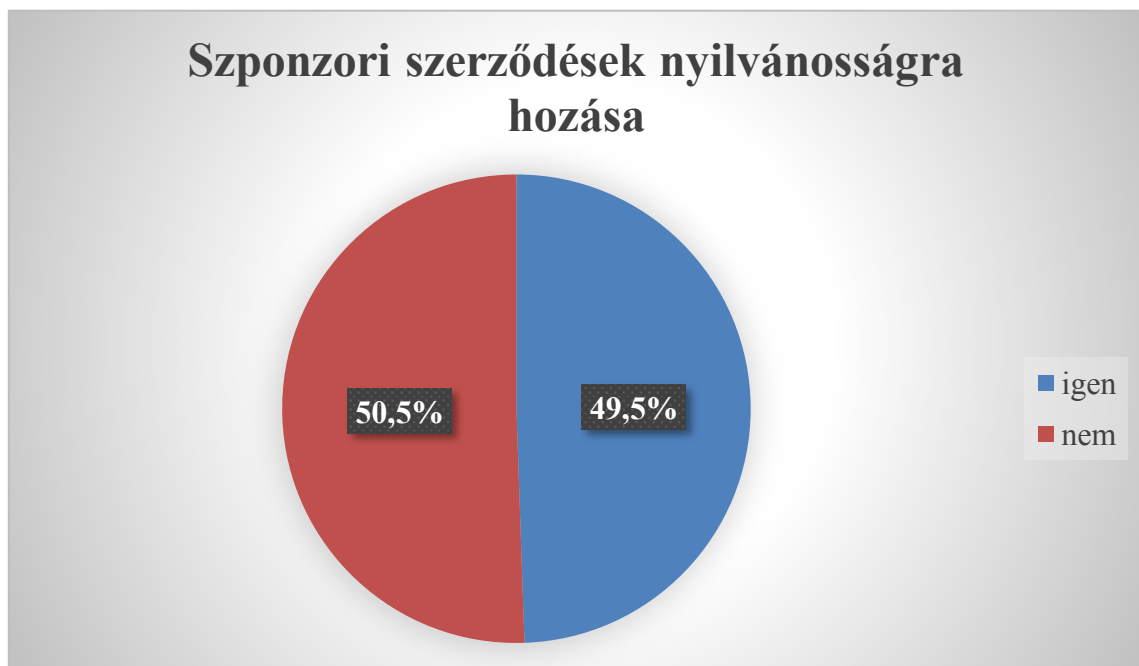
A kitöltőim többségének, 84%-ának, nem lenne azzal problémája, ha bekerülne az egyesület megnevezésébe egy adott cég neve, mint ahogy, legutóbb a MOL Fehérvárnál történt. 15 fő viszont nem értene egyet ezzel a módosítással.

1. „Mert a csapatnév nem egy olyan dolog szerintem, amit pénzért meg lehet változtatni!”

2. „A klubnak van már egy neve. Ne a klub nevében hirdessen egy cég, ami már nemzedékek óta ezt a nevet viseli inkább hirdessen a mezeken, céges autókon stb....”

Nem először jelenik meg, hogy a nézőknek, szurkolóknak roppant fontosak a tradíciók és nem feltétlen az adott szponzorral van a bajuk, hanem hogy gyakorlatilag „kiárusítják” az évtizedek óta fennálló hagyományokat.

21. ábra: Szponzori szerződések nyilvánosságra hozása, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

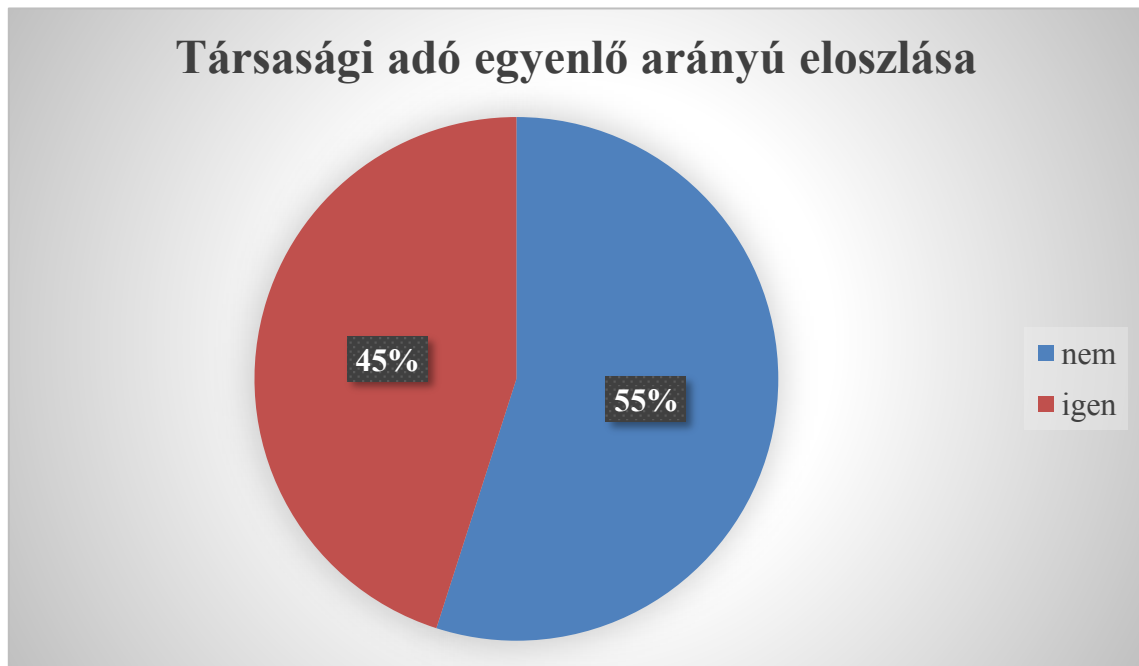
Önnek fontos lenne, hogy az Ön által megnevezett klub nyilvánosságra hozza a szponzori szerződések összegét?

- igen- 45 fő (49,5%);
- nem- 46 fő (50,5%).

Mivel a külföldi csapatoknál konkrétan megvan általában adva a nyilvánosság felé, hogy például a Nike mekkora összeggel támogatja az egyesületet, ez viszont itthon nem nagyon jellemző. Ezért is fogalmaztam meg ezt a kérdést, hogy valójában az emberek igényelnék-e a részletesebb tájékoztatást a témával kapcsolatban. A kérdésre a válaszok megoszlása gyakorlatilag fele-fele arányban érkezett, 1-gyel több voksot kapott a „nem” válasz.

Azt gondolom, hogy pozitív vonzata lenne, ha megosztanák a támogatások összegét, hiszen egyrészt a szurkolók bizalmát is növelheti a klub, a média is nagyobb figyelmet fordítana az egyesületre, valamint még versenyhelyzetet is teremthetne, mivel ezáltal a szponzorok is könnyebben tudnának versengeni az adott csapat támogatásáért, elsősorban gondolok itt például egy főszponzori kategóriára..

22. ábra: Társasági adó támogatás egyenlő arányú eloszlása, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Ön szerint a TAO (társasági adó) támogatások egyenlő arányban oszlanak el a nagyobb és kisebb klubok között?

- igen- 41 fő (45%);
- nem- 50 fő (55%).

Hogyan lehetne ezt igazságosabban elosztani?

A kérdőívemben szerettem volna megtudni, mi a véleményük az embereknek a társasági adóról és leginkább annak elosztásáról. Talán ez a kérdés volt az egyetlen, amely kisebb-nagyobb szaktudást igényel, hiszen nem mindenki tudja, hogyan is működik itthon a TAO rendszer. A válaszadók 45 %-a „igen” felelt a kérdésre, viszont a maradék 55%, azaz

50 fő, úgy gondolja, hogy a TAO pénzek nem egyenlő arányban oszlanak el. Az a 16 nő közül, akik megosztották véleményüket, 12 gondolja úgy, hogy igazságosan oszlanak el a társasági adóból származó pénzek. A 45 év fölöttiek 79% viszont „nemmel” voksolt. A 18 és 25 év közöttieknél viszont, a „nemre” szavazók aránya csak 49%.

Íme pár konkrét gondolat.

1. „Nehéz igazságosan elosztani, miután a cégek döntenek el, melyik klubot szeretnék támogatni. Az igaz, hogy van egy felső határa a tao támogatásoknak, de a kisebb klubok ezt sokszor nem érik el. Talán a tao támogatások egy részét egy közös alapba kellene tenni, ahonnan minden regisztrált klub kaphatna támogatást.”
2. „Ha minden azonos osztályban szereplő csapat ugyanolyan összeget kapna.”

Az első javaslat alapján egy közös alapot kéne létrehozni, aminek köszönhetően, ha nem is teljesen, de a szakadék csökkenne a két véglet között. A második vélemény szerint, az adott osztályban lévő csapatok mindegyikének ugyanakkora összeget kéne kapni, ezáltal hasonló erőviszonyok mellett lehetne versenyeztetni a gyerekeket.

Mit gondol a stadionok fejlesztéséről és építéséről Magyarországon?

A válaszadók között nagyon megoszlik a stadionok építéséről, illetve felújításáról szóló témakör. Egyértelmű következtetéseket korosztályok szerint nem lehet levonni, mert ott is keverednek a pozitív és negatív gondolatok.

Vizsgáljunk meg pár darab negatív hangvételű kommentet.

1. „feleslegesnek tartom, más államilag finanszírozott szociális jólétet biztosító területek sokkal jobban igénylik a fejlesztéseket (pl. oktatás-, és egészségügy intézmények, szolgáltatások stb.)”
2. „Sok stadion megépítése vagy fejlesztése teljesen felesleges volt, mert teltház sokban nem is volt még, valószínűleg nem is lesz, de az üzemeltetés sokba kerül.”

Ez a két negatív vélemény összegzi azok gondolatait, akik nem támogatják ezeket a projekteket. Elsősorban ezek a stadionok állami támogatásból készülnek el, ők pedig ezeket az összeget más csoportokhoz irányítanák, mint például oktatás vagy egészségügy.

A másik indok a nézőszámhoz köthető, hogy minek épül új stadion, ha úgyse jár ki elég néző a mérkőzésekre.

Vannak olyan emberek, aki semleges módon állnak a témához, van pozitív és negatív része is gondolatainak.

1. „Szükséges csak nem állami pénzekből.”
2. „Személy szerint támogatom, hogy a nagyvárosokban stadionokat építenek, illetve újítanak fel, de ilyen helyeken, mint pl.: Mezőkövesd, Kisvárdá szerintem teljesen indokolatlan, annak ellenére, hogy ez a két csapat Nb1-ben szerepel.”
3. „Egy bizonyos pontig szükség volt rájuk, de véleményem szerint már átestünk a ló túloldalára és túlzásba estek a döntéshozók az erre költött források tekintetében.”

Az első vélemény azt szorgalmazza, hogy akkor épüljön csak új aréna, ha a klub ki tudja gazdálkodni önerőből. A második helyen azt emeltem ki, amelynél a kitöltő csak olyan helyeken fejlesztené a stadiont, ahol sok néző van, jellemzően inkább nagyvárosokban. A harmadik vélemény szerint pedig az elején szükség volt, de már többet újítottak fel, mint kellett volna.

Most pedig nézzük a pozitív nézőpontú emberek véleményét.

1. „fontos, mert ez a minőségi focihoz szükséges első lépés.”
2. „Pozitív, mert több embert fog így érdekelni a futball.”

Azok, akik jó véleménnyel vannak a hasonló beruházásokról, azt emelik ki leginkább, hogy ahhoz, hogy fejlődjön a magyar foci és minőségi legyen, kellenek a stadionok, valamint a modern épületek könnyebben vonzzák be majd az embereket.

Hogyan javítható Ön szerint a fiatal tehetségek fejlődése és támogatása Magyarországon?

Az egyik legkényesebb téma a magyar labdarúgásban az az, hogy a fiatal játékosokat hogyan integrálják be a felnőtt futballba. Szerettem volna megnézni, hogyan vélekednek az emberek arról, hogyan is lehetne jobban fejleszteni az ifjú labdarúgókat.

1. „Légiósok számát kellene korlátozni, ezáltal több magyar tehetség tudna szóhoz jutni.”
2. „Több nemzetközi képzést az edzőknek.”
3. „Több tornát szervezni külföldre.”

Leginkább a légiós szabályt vezetnék be a kitöltők, tehát, hogy csak egy bizonyos számú külföldi játékos lehetne egy adott csapatba, ezáltal jóval több magyar sportoló tudna lehetőséget kapni, így pedig a fiatalok előtt is nyílna egy nagy lehetőség a bizonyításra.

Számos vélemény szerint, külföldi képzéseken kéne részt venniük a magyar edzőknek, ahonnan tapasztalatokat tudnak gyűjteni, majd ezeket hasznosítani tudják a saját edzéseiken, mérkőzéseiken.

A harmadik gondolatmenet alapján, egészen az alapokig kellene visszanyúlni és ott felépíteni egy más szisztémát. E szerint már az utánpótlás korban minél több külföldi tornára kéne benevezni a fiatalokat, hiszen ott testközelből érezhetik a nemzetközi szint mértékét, valamint megismerhetnek különböző futball kultúrákat. Természetesen egy-egy ilyen külföldi túráról rengeteget tud tanulni a gyermek

Jó ötletnek tartja, hogy a klubok pénzt kapnak, ha egy fiataalkorú magyar játékos egy adott játékpercet tölt a pályán? Válaszát indokolja kérem.

Szintén egy nagyon vitatott kérdés a magyar labdarúgásban, hogy érdemes-e pénzt adnia a szövetségnek, azért, ha egy magyar egyesület az első osztályban pályára küldi a fiatal, U21-es vagy annál fiatalabb korú játékosokat. Ahogy várható volt, nagyon megoszlottak a vélemények. A 45 év fölöttieknél, a 14 válaszadónak a fele, azaz 7 fő gondolja azt, hogy ez egy jó kezdeményezés. 4 kitöltő szerint viszont nem jó ötlet, a maradék 3 tag pedig nem tudta eldönteni. Ez a korcsoport nagyjából reprezentálja az összes többi megadott korosztályt is, hiszen mindenhol többségbe voltak azok, akik egyetértenek ezzel a támogatással, de akadnak azért olyanok is, akik tökéletesen megindokolták, hogy mi is az árnyoldala, ennek a Magyar Labdarúgó Szövetség által indított kezdeményezésnek. Nézzük meg, mivel indokolták leginkább válaszukat azok, akik kitöltötték a kérdőívet.

Ennél a kérdésnél is kiválasztottam 2-2 darab véleményt, amelyek magukba foglalják a vélemények nagyrészét. Lássuk a pozitív gondolatokat a támogatásról.

1. „Szerintem ez jó ötlet, ez is egy eszköz lehet ahhoz, hogy biztassák a csapatokat, hogy minél több fiatal tehetségnek adjanak lehetőséget magasabb szinten is.”
2. „Szerintem jó ötlet, mert ez ösztönözné a klubokat arra, hogy több lehetőséget adjanak a fiatal tehetségeknek, és elősegítené a tehetséggondozást. Emellett segítene a kluboknak is pénzügyileg, hiszen a tehetséges játékosoknak nagyobb esélyük lenne külföldi csapatokhoz igazolni, amiért a kluboknak átigazolási díjat kapnának.”

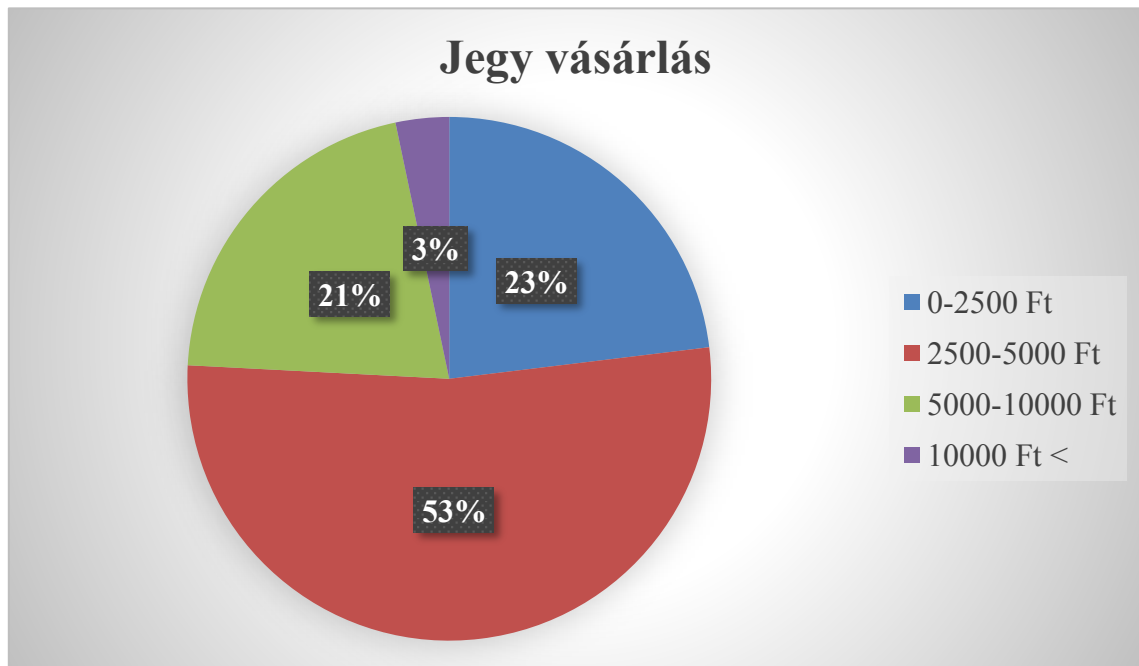
Gyakorlatilag ez a két nézőpont is azt taglalja, hogy azért jó, mert így a klubokat ösztönzik, hogy ha játszatják a fiatal magyar játékosokat, akkor pénzt kapnak érte, ezáltal jól jár az egyesület anyagilag is.

Most pedig nézzük meg a negatívabb hangvételű kommenteket.

1. „Nem. Ne a pénz miatt adjanak lehetőséget a fiatakorúnak, hanem azért, mert valóban tehetséges és megérett arra, hogy játékpercet kapjon.”
2. „Nem, mert a játékos nem azért kap játékpercet, mert megérdemli, hanem mert pénzt kapnak érte.”

Rendkívül érdekes, hiszen pozitívként egyesek azt írták, hogy ez által végre lehetőséget kapnak a fiatalok, mások szerint ez pont negatívum, hiszen azért játszatják csak a játékosokat, mert cserébe jó anyagi támogatást kap a klub, nem pedig azért, mert a fiatal sportoló tehetségével, szorgalmával és leginkább edzésen mutatott játékával kiérdemelte ezt edzőjétől.

23. ábra: Jegy vásárlás, n=91



Forrás: saját kutatás, 2023

Mennyit költene szívesen egy mérkőzésjegyre az Ön által megnevezett csapatnál?

- 0-2500 Ft- 21 fő (23%);
- 2500-5000 Ft- 48 fő (53%);
- 5000-10000 Ft- 19 fő (21%);
- 10000 Ft <- 3 fő (3%).

Sajnos a magyar bajnoki mérkőzések nem vonzanak hatalmas tömegeket a stadionokba, ezért kíváncsi voltam, esetleg a jegyár-e az oka annak, hogy kevés néző látogat el hétvégente futball mérkőzésre. Az, hogy ki mennyit áldozna egy sporteseményre, nyilván sok mindentől függ, mint például kinek milyen az anyagi helyzete, ki mennyire fanatikusan szereti az adott csapatot, illetve, hogy melyik két csapat játszik éppen az adott mérkőzésen. A kitöltők több mint fele, 53%-a 2500 és 5000 Ft között fizetne egy labdarúgó NB1-es meccsért. Ami kitűnik, hogy 10000 Ft felett nem szívesen fizetnének az emberek mérkőzés jegyért, hiszen mindösszesen 3-an vennének e fölött jegyet. A kérdőívet kitöltők között 3 Honvéd szurkoló, akik közül ketten 2500-5000 Ft között, egy nő pedig 0-2500 Ft-ot fizetne ki mindösszesen. Érdekesség, hogy a klubnál a legdrágább

jegy a tavalyi szezonba 7500 Ft-ba került, ráadásul nem is szerepelt jól az egyesület, összességében ezek az információk alapján, lehet lejjebb kellett volna vinni az árakat. Természetesen volt olcsóbb jegy is, 2100 Ft-ért, de nyilván nem mindenki szeretne a legrosszabb helyek egyikén ülni. Az Újpest szimpatizánsok közül 4 fő maximum 2500 Ft-ot fizetne, 7 ember 2500 és 5000 Ft között és 4 ember pedig 10000 Ft-ot is kiadna egy Újpest meccsért. A Ferencváros drukkereknél 8 fő 2500 Ft-ig menne el jegyárba, 27 ember pedig 5000-Ft-ig. A kérdőív alapján 19 ember fizetne 5000 és 10000 Ft között egy belépőért, ebből 13 pedig Fradi drukker és a 3 főből, aki több mint 10000 Ft-ot is fizetne egy jegyért, 2 szintén ferencvárosi szimpatizáns. Azt gondolom, hogy ebből következtethetünk arra, hogy a magyar emberek, ahol jó játékosok játszanak és a csapat is jól futballozik, ott azért hajlandóak kicsit többet is fizetni a nézők jegyekért.

Ön szerint egy Magyarországon rendezett labdarúgó világbajnokság, hogyan hatna a magyar labdarúgásra?

2021-ben Magyarország volt az egyike, annak a 11 országnak, amelyek közösen rendezték meg az UEFA EURO 2020-as Európa bajnokságot, melyet végül a koronavírus miatt, csak 2021 nyarán rendeztek meg. Akkor csak 1 stadionban játszottak itthon meccset, a Puskás Arénában, szám szerint 4-et, ebből viszont csak kétszer játszott benne a magyar válogatott, Portugália és Franciaország ellen. Előbbitől 3-0-ra kikaptunk, utóbbi ellen viszont bravúros 1-1-es eredményt ért el a válogatott. Akkor futball lázban égett az ország, hozzátenném, hogy a csapat most is roppant sikeresen szerepel és soha nem látott érdeklődés ötvözi a mérkőzéseket. Az elmúlt mérkőzésekre egyenként közel 200000 jegyigénylés érkezett, habár a Puskás Aréna „mindösszesen” befogadóképessége körülbelül 67000 főre alkalmas. Ennek hatására, szerettem volna megtudni, hogy a magyar emberek, hogyan vélekednek arról, ha az ország egy nagyobb volumenű eseményt, a világbajnokságot rendezné meg, hiszen voltak arról pletykák, hogy szeretnék pályázni a szervezésre, de végül nem lett az egészből semmi.

Ezért megkérdeztem, hogy az emberek szerint hogyan is alakulna át a magyar foci, amennyiben Magyarország rendezné a labdarúgó világbajnokságát. Összességében a válaszadók nagyrésze úgy gondolja, pozitív változásokat hozna a magyar labdarúgásban, csak néhányan írták azt, hogy egy ilyen eseménynek nem lenne hatása a sportágban. A

18 év fölöttiek, de 25 év alattiaknál megfigyelhető volt, hogy ők vélekedtek a legpozitívabban az adott kérdésről.

Nézzünk meg néhány konkrét pozitív véleményt.

1. „Több szponzor jelenne meg, nagyobb fókusz kerülne ide.”
2. „Biztosan pozitívan! A szülők, akik megtehetik és futball szeretők akkor legalább egy meccsre elvinnék a gyerekeket és a gyerekek ott bent a stadionban rájönnének, ha egy kicsit több időt és nagyobb alázatot fordítanak a futballra vagy akár egy másik sportra akkor milyen élményeket élhetnek át, ha több ezer ember az ő nevét vagy klubját akár országát skandálja tiszta szívből.”
3. „Most is nagyon sokan fociznak, de szerintem rohamosan megnőne a focista gyerekek száma és a meccsre kilátogató nézők száma is.”

Az biztos, hogy ha itt kerülne megrendezésre a világbajnokság, számtalan vállalat, szponzor és ember figyelme irányulna az országra, hiszen ez az egyik legnézettebb esemény az olimpia mellett világszerte, ezáltal könnyen „ragadhatnak” itt szponzorok, akik a magyar labdarúgást a továbbiakban valamilyen formában támogatnák. A másik sokat emlegetett indok az, hogy egyre több gyerek kezdene el focizni. Ezt alá tudom támasztani, mert mikor a 2016-os Európa Bajnokság idején az akkori csapatomnál fociztam, azt mondták, azon a nyáron kétszer annyi kisgyermek kezdett el focizni, mint az előző években. Egy esetleges jó szereplés a hazai nézőszámokra is kihathatna. A válaszadók közül valaki azt emelte ki, hogy a gyerekeknek hatalmas motivációt adna, ha láthatnák, hogy a legnagyobb labdarúgó világversenyen, tömött stadionban milyen hangulat fogadná a magyar válogatottat, ezáltal pedig könnyebben találnának motivációt és keményebben dolgoznának edzéseken.

Az alább láthatóak olyan vélemények, akik szerint nem lenne hatása a magyar labdarúgásra az esemény.

1. „Labdarúgásra nem lenne hatással, de legalább rövid időre a stadionok valóban ki lennének használva.”

2. „Nem befolyásolná a klub szintű futballt. Számos ország rendezett már vb-t, ahol szimplán pénzről szólt az egész és azóta sem volt kiemelkedő csapat az adott országból, lásd. Dél-Afrika, Katar stb.”
3. „Felesleges pénz kidobás lenne.”

Az első véleményt formáló a stadion kérdésről így vélekedett „Sok stadion megépítése vagy fejlesztése teljesen felesleges volt, mert teltház sokban nem is volt még, valószínűleg nem is lesz, de az üzemeltetés sokba kerül.” Ennek tudatában írta azt, hogy legalább a világbajnokság idején a megújított stadionokban teltház lenne. A második válasznál, látható egy konkrét indoklás is, hogy hiába rendeznénk vb-t, nem lenne előrelépés az itthoni fociban, hiszen már több olyan országban is megrendezésre került ez az esemény, amelynek házigazdái, szint úgy, mint a magyarok, nem tartoztak a futball világ elitjébe és náluk se történt ugrásszerű fejlődés. Vannak olyanok, akik csak egyszerűen úgy gondolják, teljesen pénzkidobás lenne az egész.

5. HIPOTÉZIS VIZSGÁLAT

Ahogy már a kutatás rész legelején említettem, megfogalmazódott bennem pár állítás, amit a kérdőívemmel szerettem volna alátámasztani, vagy ellenkező esetben megcáfolni.

Hazánk legkedveltebb magyar csapata a Ferencváros (H1)

Első állításomnál azt vettem alapul, hogy Magyarországon most is és ha történelembe visszanyúlunk, akkor is a Fradi volt a legsikeresebb csapat. Egy gyerek, aki fiatalkorban megszereti a labdarúgást és kedvenc csapatot talál magának, nyilvánvalóan könnyebben kezd el annak a klubnak szurkolni, aki jól teljesít, mint annak, aki nem ér el sikereket. A feltételezést sikerült alátámasztani, hiszen a 91 emberből 50 írta be legkedveltebb csapatának a Ferencvárosi Torna Clubot.

Felháborodást keltene, ha egy klub nevét szponzorációs okokból megváltoztatnának (H2)

Abból indultam ki, hogy mikor a Fehérvár csapatának nevébe bekerült a MOL nagyvállalat, akkor a csapat szurkolói élesen kritizálták a vezetőséget. Meglepődve figyeltem, hogy a válaszadók majdnem 84%-ának nem lenne gondja, ha az általa választott egyesület neve is megváltozna hasonló célokból. Tehát ezt a felvetést nem lehet elfogadni.

A magyar nemzet örülne, ha egy nagy világversenyt rendeznénk meg (H3)

Mindenki láthatta, hogy mikor jól ment a magyar válogatottnak, sikerült megverni 1-1 nálunk nagyobb erővel rendelkező válogatottat, vagy sikerült kijutni az EB-re futball lázban égett az ország. Nem is kell mással bizonyítani, mint amikor 2016-os Európa Bajnokság idején emberek tömkelege lepte le Budapest belvárosát és ünnepelték a magyar nemzeti csapatot. Ezek előjelek alapján gondoltam azt, hogy örülnének az emberek és pozitív hatásokat érne el ezzel a magyar labdarúgás. Habár számszerű eredmény nincsen, látható volt, hogy az emberek nagyobb többsége örülne, ha itthon lenne a világbajnokság és valamilyen formában fellendítené és felpezsdülést hozna a magyar futballba.

6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A kutatásnak és a téma kidolgozásának köszönhetően számos javaslat született meg a fejemben, amelyek szerintem előre vihetnék a magyar labdarúgást

Az első ilyen javaslatomnál abból indultam ki, hogy a magyar fiatalok minél több játékidőt kapjanak. Jelenleg a magyar NB1-ben 12 csapat indulhat, amely utolsó 2 helyezettje automatikusan kiesik a másodosztályba. Az elmúlt évek során megfigyelhető volt, hogy nagyon szoros a bajnokság és akár 1-2 ponton is múlhat kinek sikerül bent maradni és ki folytatja alacsonyabb osztályban a küzdelmeket. Ennek köszönhetően az edzőkön és a tulajdonosokon is hatalmas a nyomás, hiszen nem nagyon fér bele hibázási lehetőség. Köztudott, hogy egy fiatal tehetség csapatba építéshez idő kell. Általában az idősebb, rutinosabb játékosok könnyebben tudnak megbirkózni a nyomással, ezért inkább őket favorizálják a vezetőedzők. Ezért 2 javaslatot hoztam, hiszen mindenki érdeke, hogy saját nevelésű fiatalok játszanak a csapatokba, mivel egyrészt a szurkoló is jobban tud azonosulni velük, mint a légiósokkal, másrészt a legjobb befektetések a saját nevelésű fiatalok, hiszen nem kell értük átigazolási díjat fizetni és utána magas áron lehet őket eladni.

- A. Véleményem szerint növelni kéne a bajnokság csapatinak létszámát 14 vagy 16 csapatra, habár így vélhetően nem lenne olyan szoros a mezőny, de az edzők bátrabban tudnának hozzányúlani a fiatalokhoz.
- B. Ezt az ötletet egy kicsit bonyolultabb lenne végrehajtani, de szerintem van benne potenciál. Lehetne indítani U21-es válogatott néven egy csapatot az NB1-ben, ahol csak tehetséges 21 éves vagy annál fiatalabb magyar játékosok kaphatnak szerepet. A csapat eredményei ugyanúgy fel lennének tüntetve a tabellán, de eredményeik hivatalosan nem számítanának. Gondolok itt arra, hogy ha az Újpest megveri őket 2:1 arányban akkor ezért az Újpest nem kapna 3 pontot, tehát a csapat nem tudna kiesni és a több klubnak sem számítana bele a pontvadászatban a U21-es csapat elleni eredményeik. Gyakorlatilag felkészülési meccseknek számítanának, azonban a fiatalok magas szinten, nyomás nélkül és rendszeresen tudnának játéklehetőséghez jutni.

A második javaslatom arra szolgálna, hogy minél több ember látogasson ki a stadionokba megtekinteni a mérkőzéseket. Manapság a televízió és az internetnek köszönhetően az emberek hozzászoktak ahhoz, hogy gyakorlatilag bárhol és bármikor megtekinthetik a mérkőzéseket. A magyar televízió az összes mérkőzést, tehát fordulónként 6 élvonalbeli mérkőzést közvetít, emellett hetente 1-2 másodosztályú mérkőzés is képernyőre kerül. Nyilvánvalóan a magyar bajnokság színvonala meg se közelíti akár egy spanyol vagy angol pontverseny szintjét, ez is az egyik ok, hogy kevesen járnak a mérkőzésekre. Mindemellett, aki szeretne megnézni egy NB1-es mérkőzést, az leül a kanapéjára, bekapcsolja a televíziót és az otthon kényelmében, melegében végig nézi a mérkőzést, vagy ha nem tetszik neki, elkapcsol egy másik csatornára.

- A. Ezért én a Magyar Labdarúgó Szövetség helyében olyan televíziós megállapodást kötnék, amely kimondja, hogy nem lehet minden meccset közvetíteni és élőben leadni a sportcsatornán. Ezáltal talán többen látogatnának ki a stadionba, ha csapatuk játszik éppen, de nem tudják megnézni otthon a tv képernyője előtt.
- B. Valamint fontosnak tartanám, hogy minél több család látogasson ki a mérkőzésre, hiszen ez egy nagyon jó program lehet a gyerekek számára is, és könnyen megtudják szeretni ezáltal a sportágat. A klubok helyében a mérkőzésnapokon szerveznék a gyermekek és családok számára vonzó programokat, amelynek köszönhetően talán sikerülne őket kicsalogatni a stadionokba.

A kérdőívem során egy következtetést is levontam. Látható volt, hogy messze a legnépszerűbb sportmárka a Nike az emberek körében. Ennek ellenére a magyar élvonalban mindösszesen 2 csapatnak, az MTK-nak és a Ferencváros Torna Clubnak biztosítja a sportszergyártó a felszereléseket. Véleményem szerint sokkal több mérkőzés mezt és különböző sportfelszereléseket tudnának a klubok eladni, ha azoktól a vállalatoktól kapnák a felszereléseket, amelyeket az emberek is favorizálnak.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

A labdarúgás az évek során nem csak a sport, de az egész világ egyik legjelentősebb üzletévé változott. Gyakorlatilag minden a pénz körül forog, itt ragadnám meg az alkalmat, hogy a magyar labdarúgás ikonikus alakjától, a valaha volt egyik legjobb labdarúgótól nem csak Magyarországon, hanem világszinten is, Puskás Ferencről idézzek, aki azt mondta:

„Kis pénz – kis foci, nagy pénz – nagy foci”.

Tehát már az 1950-es években látszódott a pénz jelentősége, ami az évek előrehaladtával még jelentősebben nőtt. Nem véletlen, hogy a nemzetközi labdarúgó szövetségeket is megfertőzte a pénz és annak vágya, hiszen az UEFA és a FIFA is egyre több meccset „pakol be” a versenynaptárba, a minél nagyobb bevétel elérésnek reményében, nem törődve a játékosok testi épségével. Ezeknek is köszönhetően jelentősen megnövekedett a támogatásoknak a szerepe a labdarúgásban. Gyakorlatilag egy-egy nagyobb összegű támogatói szerződés létrejötte után nagy versenyelőnyre tehet szert a klub a többiekkel szemben, főleg a magyar élvonalban, ahol rendre hajszálon múlhat, ki esik ki éppen, vagy ki indulhat a nemzetközi porondon. Értelemszerűen ezeket a szponzori támogatásokat, a klub vissza tudja fordítani akár játékosvásárlásba is, vagy az utánpótlás fejlesztésére, aminek a gyümölcse a jövőben érhet be. A nemzetközi szinthez nézve, még mindig nagyon kevés pénzből gazdálkodnak a klubok és a szponzori szerződések sem összehasonlíthatóak, ezért is fontos, hogy minél több támogatást kapjanak a magyar csapatok, hátha sikerült csökkenteni a különbséget.

IRODALOMJEGYZÉK

1. ÁCS Pongrácz (2015): Sport és Gazdaság. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar
2. RÉTSÁGI Erzsébet – H. EKLER Judit – NÁDORI László – WOTH Péter – GÁSPÁR Mihály – GÁLDI Gábor – SZEGNERNÉ DANCS Henriette (2011): Sportelméleti ismeretek. Dialóg Campus Kiadó
3. NÁDORI László (2005): Edzés, versenyzés címszavakban. Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
4. SZABÓ Ágnes (2012): A magyar szabadidősport működésének vizsgálata. Budapest
5. TÓTH Nikolett Ágnes – MÁTRAI Gábor (2023): A magyar sport finanszírozásának rendszere, különös tekintettel a közpénzügyi vonatkozásokra
https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/penzugyiszemle/article/view/1397/943?fbclid=IwAR185V08rEd7P7dpOM8FckwEu4n22v-SdIDJX4QZMWE4_jCHjRsMLYSpox0
6. RABNÉ DR. BARIZS Gabriella (2023): Szponzoráció és a társasági adó-
<https://www.onadozo.hu/lapszamok/2023-02/szponzoracio-es-a-tarsasagi-ado-2984?page=1>
7. Magyar Labdarúgó Szövetség (2023): Professzionális futballkörkép. Madbird Studio Kft.
8. VINCZE László (2013): Tőkepiaci ismeretek. Pannon Egyetemi Kiadó

Elektronikus hivatkozások

9. <https://index.hu/sport/futball/2021/eb/2021/06/17/cristiano-ronaldo-coca-cola-tozsde-zion-williamson-colin-kaepernick/> (Utolsó letöltés: 2023.11.15)
10. <https://sportsmarketing.hu/2023/09/12/mezkorkep-a-2023-2024-es-szezon-mezeinek-gyartoi-szponzorai-es-arai-az-nb-i-ben/> (Utolsó letöltés: 2023.10.11)
11. <https://bunteto.com/novekedtek-az-u21-es-jatekpercek-az-nb-i-ben-de-a-helyzet-tovabbra-sem-tul-remenykelto> (Utolsó letöltés: 2023.11.16)
12. <https://focusaudit.hu/latvany-csapatsport-tamogatas-rendszere-a-tarsasagi-adoban-1-resz/> (Utolsó letöltés: 2023.10.22)
13. <https://focusaudit.hu/latvany-csapatsport-tamogatas-szabalyai-2-resz/> (Utolsó letöltés: 2023.10.22)
14. <https://www.haon.hu/helyi-sport/2022/09/dvsc-eddig-minden-penzugyi-teljesites-rendben-ment> (Utolsó letöltés: 2023.11.2)
15. <https://www.origo.hu/sport/futball/20210106-uj-tulajdonos-a-dvkc-diosgyor-elen-borsodi-sport-holding-kft.html> (Utolsó letöltés: 2023.11.2)
16. https://www.nemzetisport.hu/labdarugo_nb_i/ujpest-visszakerul-a-tradicionalis-cimer-2901249 (Utolsó letöltés: 2023.11.8)
17. <https://www.lifestyleshop.hu/egy-vilagmarka-szuletesenek-tortenete-adidas> (Utolsó letöltés: 2023.12.5)
18. https://nepszava.hu/1025873_hivatalos-nem-albert-florianrol-nevezik-el-a-stadion (Utolsó letöltés: 2023.11.13)

19. <https://www.vg.hu/sportgazdasag/2023/05/bombaformaban-a-fradi-132-milliard-forintos-nyerességgel-zarta-2022-t> (Utolsó letöltés: 2023.11.26)

MELLÉKLET

1. Nem
 - Nő
 - Férfi
2. Életkor
 - 18-25
 - 26-35
 - 36-45
 - 45+
3. Lakóhely
 - Főváros
 - Nagyváros
 - Kisváros
 - Község
4. Legmagasabb iskolai végzettség
 - Általános iskola
 - Középfokú végzettség
 - Felsőfokú végzettség
 - Egyéb
5. Melyik magyar labdarúgó csapatot kedveli a legjobban?
 - rövid szöveges válasz
6. A következő lehetőségek közül válassza ki, hogy melyik opciónak örülne leginkább az Ön által megnevezett csapatnál:

- Sikeres szereplés a bajnokságban
- A fiatal tehetségek fejlesztése és a hazai játékosok elősegítése
- A stadioninfrastruktúra és a létesítmények fejlesztése

7. Fontos Önnek, hogy milyen cégek támogatják az Ön által megnevezett klubot?

- Igen
- Nem

8. Melyik sportmárkát részesíti előnyben?

- Adidas
- Nike
- Puma
- 2Rule
- Jako
- Egyéb

9. Hogyan vélekedik a külföldi tulajdonosok jelenlétéről a magyar labdarúgásban?

- Hosszú szöveges válasz

10. Ön szerint mely területeken kellene felhasználni leginkább a szponzori támogatásokat az Ön által megadott klubnál?

- Infrastruktúra fejlesztés
- Játékosállomány fejlesztés
- Utánpótlás
- Egyéb

11. Elfogadná, ha az Ön által megadott csapat stadionjának neve megváltozna szponzorációs okok miatt? (pl. Groupama Aréna)
- Igen
 - Nem
12. Miért (kitöltendő: ha az előző kérdés válasza: Nem)
- Hosszú szöveges válasz
13. Elfogadná, ha az Ön által megadott csapat nevébe bekerülne egy vállalat neve, ezáltal nagy bevételre tenne szert a klub? (pl. MOL Fehérvár FC)
- Igen
 - Nem
14. Miért (kitöltendő: ha az előző kérdés válasza: Nem)
- Hosszú szöveges válasz
15. Önnek fontos, hogy az Ön által megnevezett klub nyilvánosságra hozza a szponzori szerződések összegét?
- Igen
 - Nem
16. Ön szerint a TAO (társasági adó) támogatások egyenlő arányban oszlanak el a nagyobb és kisebb klubok között?

-Igen

-Nem

17. Hogyan lehetne ezt igazságosabban elosztani? (kitöltendő: ha az előző kérdés válasza: Nem)

-Hosszú szöveges válasz

18. Mit gondol a stadionok fejlesztéséről és építéséről Magyarországon?

-Hosszú szöveges válasz

19. Hogyan javítható Ön szerint a fiatal tehetségek fejlődése és támogatása Magyarországon?

-Hosszú szöveges válasz

20. Jó ötletnek tartja, hogy a klubok pénzt kapnak, ah egy fiatalos magyar játékos egy adott játékerpet tölts a pályán? Válaszát indokolja kérem.

-Hosszú szöveges válasz

21. Mennyit költene szívesen egy mérkőzésjegyre az Ön által megnevezett csapatnál?

-0-2500 Ft

-2500-5000 Ft

-5000-10000 Ft

- 10000 Ft <

22. Ön szerint egy Magyarországon rendezett labdarúgó világbajnokság. hogyan hatna a magyar labdarúgásra?

-Hosszú szöveges válasz

TARTALMI KIVONAT

A „támogatások és gazdasági befektetések a labdarúgásban Magyarországon” című szakdolgozat fókuszában elsősorban a különböző szponzorációs lehetőségek álltak, amelyek a magyar labdarúgásban megjelentek az elmúlt években. Az elemzésben részletes bemutatásra kerültek az önkormányzati és még inkább az állami támogatások. Szó volt az élvonalbeli klubok hazai mérkőzésére szóló jegyárakról, valamint a klubok tulajdonosairól is, vagy éppen a tulajdonjogot birtokló szervezetekről. A kutatás eredményeképpen lehetőség van megismerni hogyan is vélekednek az emberek a témakör kapcsán. A téma minden olyan férfi és nő számára is érdekes lehet, akit csak egy kicsit is érdekel a labdarúgás és a mögötte lévő pénzügyi háttér ötvözete.

SUMMARY

The thesis "Subsidies and economic investments in the football in Hungary" focused mainly on the different sponsorship opportunities that have emerged in Hungarian football in recent years. The analysis provides a detailed presentation of municipal support and, even more prominently, state subsidies in detail. It also dealt with the ticket prices for home matches of top clubs and the ownership of the clubs, or rather the organizations that own them. As a result of the research, it is possible to find out how people feel about the issue. The topic should be of interest to all men and women who are even slightly interested in football and the financial background behind it.