

**BÁCSNÉ BÁBA ÉVA, SZENDERÁK JÁNOS,  
HARANGI-RÁKOS MÓNICA**

**A MAGYARORSZÁGI SPORTSZOLGÁLTATÓ  
VÁLLALKOZÁSOK GAZDASÁGI HELYZETE  
2016-BAN**

*THE ECONOMIC SITUATION OF THE SPORT COMPANIES IN  
HUNGARY IN 2016*

**ABSTRACT**

The aim of this study is to analyse the economic situation of the Hungarian sport companies in 2016. Due to the high number of companies in the sample, we carried out the research by quartiles. According to our results, the geographical node for the sport companies is the capital city or its agglomeration. Ranking by the company profit, the concentration is the highest in the first 25% while the profit distribution is more or less uniform among the remaining quartiles. There was no strong connection between the company profit, the personnel expenses of the companies and the number of employee in the sample. Our results imply that the market competition is the strongest among the traditionally well-known sport provider companies. Furthermore, based on the literature, the successes of the company related sport team are still the main driving force for the economic development of the sport companies.

**1. Bevezetés**

Az elemzés célja a magyarországi sportszolgáltató vállalkozások feltáró jellegű elemzése és egymáshoz való viszonyuk bemutatása. A felhasznált adatbázis közel 2500 sportszolgáltató vállalkozás adatait tartalmazza a legfőbb sportágakban vagy az ahhoz kapcsolódó szolgáltató tevékenységekben, amelyből körülbelül 1300 céget tudtunk végül elemezni. Tevékenységi körükből adódóan a vállalkozások változatos jellemzőkkel bírhatnak. Különösen kiemelkedő ez két alapmutató, az értékesítés nettó árbevétele és az alkalmazotti létszám esetében. A tanulmányban arra keressük a választ, hogy milyen jellemzőkkel bírnak a hazai sportszolgáltató vállalkozások árbevétel tekintetében. A feltáró jellegű elemzés egyik előnye, hogy a felhasznált adatbázis széleskörű és gyakorlatilag az összes kapcsolódó vállalkozást lefedi. Bemutatjuk a sportszolgáltató vállalkozások térbeli elhelyezkedését is, amely választ ad arra, hogy hol vannak a „csomópontok” és mennyire magas a koncentráció egyes térségekben. Az összehasonlító elemzés célja, hogy átfogó képet adjon a sportszolgáltató vállalkozások jellemzőiről Magyarországon. Az eredmények hozzájárulhatnak a sportágakhoz, a sportszolgáltatáshoz kapcsolódó döntéshozatali folyamatok

optimalizálásához, ezáltal nem csak vállalati, de sportág szinten is eredményesebb működést eredményezve.

## 2. Szakirodalmi elemzés

A sportszolgáltató vállalkozások elemzése nem egyszerű feladat, tekintve azt, hogy a vállalkozások tevékenységi köre nagyon széleskörű. Ezen felül a sportágtól függő sajátosságok nagyban befolyásolják az elemzések eredményeit. Bácsné-Bába (2017) a magyar futballklubok szervezeti kérdéseit vizsgálta. Eredményeiben arra jutott, hogy a választott társasági, tulajdonosi szerkezet és a szervezeti munkamegosztás forma meghatározza meg az első osztályú labdarúgó bajnokság klubjait üzemeltető gazdasági társaságok szervezeti struktúráját. Véleménye szerint az, hogy az egyesületi tulajdon gazdasági sikerrel párosul, főleg az egyesület mögött álló társadalmi bázis eredménye. Ezek mellett viszont megjelenik a magyar labdarúgó vállalkozások szervezeti felépítésének elmaradása az előttünk járó országoktól. A fejlődés fő meghatározó ereje viszont elsősorban a labdarúgás gazdasági erejétől függ, ami gyakorlatilag a sporteredmények szerinti társadalmi megítélést jelenti. Szabó (2013) a szabadidősport-piac magyarországi helyzetét vizsgálta. Elemzéseiből főleg a sportszer-, sporteszköz- és sportruházatpiac témakörök kapcsolódnak a mi elemzéseinkhez. Eredményei szerint ezeken a piacon átlagosan fele annyit költünk, mint a szomszédos országok (Csehország vagy Szlovákia). Emellett a sportruházat specializálódásban lemaradásban vagyunk és sok esetben régióspecifikus a sportruházatok forgalma. Szabó (2013) szerint a szabadidősport működésének kulcsa a szemléletformálás és a keresletélnkítés, miközben a fogyasztói piacok nem homogén csoportok képezik, a jövedelem alapján történő szegmentálás az elsődleges szempont.

Nagy és Tobak (2015) a sport infrastruktúra általános szerepét vizsgálta. Kérdőíves vizsgálatuk alapján megállapították, hogy a legtöbb válaszadó egészségügyi és rekreációs szempontok miatt keresi a különböző sportlehetőségeket. Többségük tud az elérhető és ingyenesen igénybe vehető sportlétesítményekről, de annak ellenére, hogy használják ezeket a létesítményeket, igény lenne kiegészítő tevékenységek folytatására. A szerzők főleg a sportszolgáltatók marketingtevékenységét emelik ki, mint szükséges fejlesztési területet. Becsky-Nagy et al. (2015) a sportfinanszírozás relevanciáját vizsgálta és azt találta, hogy Magyarországon alulfejlett a sportfinanszírozás állapota. Kiemelik, hogy a professzionális sport befektetések különösen magas kockázati tényezővel rendelkeznek. Ebben az esetben az adott sportszolgáltató pénzárama különösen az adott sportcsapat sikereitől függ mindössze. Ezzel szemben azonban ki kell emelni, hogy a sportfinanszírozásnak hosszú távú szociális hatásai is vannak, ezért a gazdasági hatások mellett a szociális hatások vizsgálata is elengedhetetlen.

Pfau (2014) öt kutató egyetem létesítmény infrastruktúráját hasonlította és a diákok sportszokásait vizsgálta. Ezek alapján megállítható, hogy a felsőoktatásnak is nagy szerepe van abban, hogy a későbbi sportfogyasztó réteg milyen igényekkel fordul a sportszolgáltatók felé. Ezt viszont nehezíti az, hogy Ács (2018) szerint a V4 országok fizikai aktivitás terén jelentősen le vannak maradva egyéb európai országok után. Ennek ellenére megfigyelhető, hogy az egyetemista szegmens valamivel jobb mutatókkal rendelkezik, mint a felnőtt lakosság. Ebben szerepe lehetett a fiatalokat célzó intervenciós programoknak is. Kosztin és Balatoni (2017) felmérése szerint az állami tulajdonban lévő sportlétesítmények üzemeltetői 80%-ban az önkormányzatok. Felhívja a figyelmet arra, hogy a sportrendezvények önmagukban nem teszik rentábilissá a létesítményeket. Azok tervezésénél mindenképpen figyelembe kell venni a helyi piaci tényezőket és ehhez illeszteni a méretét, a szolgáltatásait és a támogató infrastruktúráját. Továbbá fontos a létesítmények komplexitása a sportfogyasztók életkora és igényei szempontjából.

Bács és Kozma (2018) a sportlétesítmények szerepét vizsgálja tanulmányában, kiemelten a debreceni Nagyerdei Stadiont. Mivel a sportlétesítmények esetében gyakran felmerül a finanszírozás kérdése, ezért is érdemes kiemelni azt, hogy a debreceni létesítmény esetében egy Életmód Központot alakítottak ki. Ez által olyan komplex szolgáltatót hoztak létre, amely alkalmas a hallgatók és a lakosság sportigényeinek kiszolgálása mellett a sport egészséghatásának népszerűsítésére is. Bács és Kozma (2018) ugyanakkor hátrányként kiemeli a DVSC-TEVA labdarúgócsapat mérkőzéseire látogatók számának jelentős csökkenését, amely rányomta a bélyegét a stadion megítélésére. Ez egyfajta visszacsatolás is lehet azokra a megállapításokra is, hogy a jól kialakított sportlétesítmények szerepe nagyban függ attól, hogy a kapcsolódó sportcsapat milyen eredményeket képes elérni.

### **3. Anyag és módszertan**

Körülbelül 2500 vállalkozásról volt elsődlegesen adatunk a 2016-os évre. Mivel az elemzés csak feltáró jellegű, ezért elsődlegesen arra voltunk kíváncsiak van-e összefüggés a vállalkozások mutatói között, milyen földrajzi és jövedelmi megoszlást mutatnak a sportszolgáltató cégek. A vizsgálat során szűkítettük a mintát azokra a cégekre, ahol az árbevétel, a munkabér és az alkalmazottak száma nagyobb volt, mint nulla. Így 1284 vállalkozással dolgoztunk tovább. Egyrészt ezzel kiszűrtük az adatot nem közlő cégeket és azokat, amelyek tevékenysége kérdéses. Adott esetben, például ábrázolásakor, viszont megtartattuk az eredeti minta elemszámot. Mivel a cégek mutatói között jelentős eltérések vannak (több milliárd HUF-os különbség például az árbevétel esetén), ezért kvartilisekre osztva vizsgáltuk a mintát. A kvartilisekre végzett számítások pontosabb képet adnak a minta tulajdonságairól. Minden kvartilis 321 sportszolgáltató vállalkozást tartalmaz, amely 25%-ot képvisel a mintából. Az

első kvartilis (Q1) a legrosszabb 25%-ot jelenti árbevétel szerint rangsorolva, míg a negyedik kvartilis (Q4) a legjobb, leggazdagabb 25%-ot.

A sportszolgáltató vállalkozások adatait az OPTEN cégadatbázisból nyertük (OPTEN 2016), míg a számításokat R-ben végeztük el (R-PROJECT 2018).

#### 4. Eredmények és értékelésük

A vállalkozások leíró statisztikái alapján szükség van a kvartilisekre történő felosztásra. A Q1-ben, az a legkisebb árbevételt elérő vállalkozások 25%-ban az átlagos profit 2,4 millió Ft volt 2016-ban. Ehhez képest a Q2-Q3 szegmens profitja nem kiemelkedő, 9,4 és 31 millió Ft. A Q4 esetében már extrém mértékű elmozdulás látszik. Az átlagos profit a felső 25%-ban 413 millió Ft volt 2016-ban. Érdemes hozzátenni, hogy a Hungaroring Sport Zrt. nélkül ugyanez az érték 360 millió Ft lenne csak. Az átlagos alkalmazotti létszám 2 és 20 fő között mozgó kvartilistől függően, míg a személyi jellegű kifizetések 1,3 és 125 millió Ft között. Már ezek a jelentős eltérések is azt engedik sejtetni, hogy a minta erősen heterogén, azaz nehéz a minta információ tartalmát egyetlen mutatóba sűríteni. A variációs koefficiens, amely a minta szórás és a minta átlag hányadosa, százalékos formában van megadva. Hüvelykujj szabály szerint, ha a 30% fölött van a mutató értéke, úgy az átlag nem alkalmas a minta jellemzésére. Egyszerűen túl nagy a minta szóródása ahhoz, hogy egyetlen mutató valós képet tudjon adni. A három fő változó variációs koefficiense a 30%-os határhoz képest extrém értékeket vett fel, 34%-tól 265%-ig. Ezek alapján még kvartilisekre bontva is jelentős eltérés van az egyes vállalkozások mutatói között (1. táblázat).

1. táblázat: A vállalkozások átlagos adatai kvartilisek szerint 2016-ban (eHUF)<sup>1</sup>

*Table 1: The measurements of the companies by quartiles in 2016 (thousands HUF)*

	Q1	Q2	Q3	Q4
<b>Megfigyelések száma (db)</b>	<b>321</b>	<b>321</b>	<b>321</b>	<b>321</b>
<b>Árbevétel (ezer HUF)</b>	<b>2 413</b>	<b>9 453</b>	<b>31 446</b>	<b>413 238</b>
<b>Alkalmazotti létszám (Fő)<sup>2</sup></b>	<b>~2</b>	<b>~3</b>	<b>~5</b>	<b>~20</b>
<b>Szem. jell. kifizetések (ezer HUF)</b>	<b>1 392</b>	<b>2 964</b>	<b>8 155</b>	<b>125 458</b>
<b>Variációs koefficiens Árbevétel (%)</b>	<b>59</b>	<b>34</b>	<b>41</b>	<b>265<sup>3</sup></b>
<b>Variációs koefficiens Alkalmazotti létszám (%)</b>	<b>64</b>	<b>77</b>	<b>79</b>	<b>121</b>
<b>Variációs koefficiens Személyi jellegű kifizetések (%)</b>	<b>108</b>	<b>68</b>	<b>124</b>	<b>232</b>

(Forrás: OPTEN alapján saját számítás, 2018)

<sup>1</sup> Az adatok a mintaátlagot mutatják, alattuk zárójelben a minta szórásával.

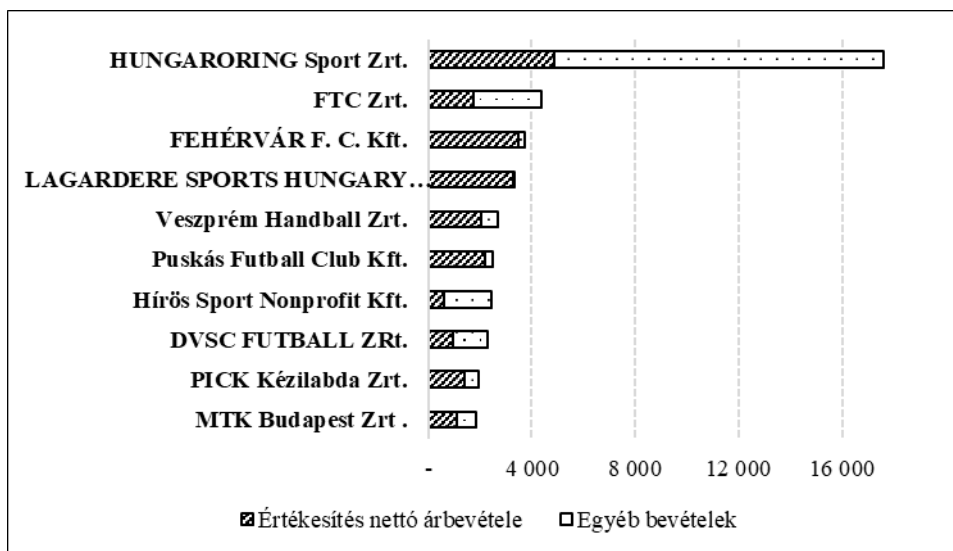
<sup>2</sup> egész számra kerekítve

<sup>3</sup> 145% a Hungaroring Zrt. nélkül

Az árbevételt sajátos módon számoltuk. Az értékesítés nettó árbevételéhez hozzáadtuk a vállalkozások egyéb bevételeit is, mivel utóbbi értéke számos esetben kiemelkedően magas volt. Az így látható sorrendet a 1. ábra szemlélteti. Ezek alapján a legnagyobb árbevétellel a Hungaroring Sport Zrt. rendelkezett 2016-ban 17,6 milliárd Ft-al, amelyet az FTC Zrt. követett 4,3 milliárd Ft-al. Mindkét vállalkozás esetében kiemelkedően magas volt az egyéb bevételek aránya (12,7 és 2,6 milliárd Ft). Őket a Fehérvár F. C. Kft. követte majd a Lagardere Sport Hungary Kft 3,7 és 3,3 milliárd Ft-os árbevétellel, amelynek túlnyomó része az értékesítés nettó árbevétele volt. A top 10 között egyébként főleg ismert sportszervezetek kaptak helyet. Ez alól kivételt képezett az első helyen álló Hungaroring Sport Zrt., a Lagardere Sports Hungary Kft. és a Hírös Sport Nonprofit Kft. amelyek főként sportlétesítmények üzemeltetésével foglalkoznak (1. ábra).

1. ábra: A legnagyobb árbevétellel rendelkező sportszolgáltató vállalkozások Magyarországon (ezer HUF, 2016)<sup>4</sup>

Diagram 1: Sport companies with the highest revenue in Hungary (thousands HUF, 2016)



(Forrás: OPTEN alapján saját szerkesztés, 2018)

<sup>4</sup> Megjegyzés: Árbevétel = Értékesítés nettó árbevétele + Egyéb bevételek

A vállalkozások 38%-nak a székhelye a fővárosban van, míg a fennmaradó 62% a fővároson kívül. A várakozásoknak megfelelően, a sportszolgáltató vállalkozások főként a fővárosban koncentráltak, ennek okai egyértelműek. A sportszolgáltató vállalkozások közel 40%-a helyezte ide a telephelyét. A fennmaradó megyeszékhelyeken és nagyobb városokban a sportszolgáltató vállalkozások mindössze 1-2%-a működött. Azt is meg kell jegyezni viszont, hogy a hazai városok lélekszáma nem túl magas az európai nagyvárosokéhoz viszonyítva, így nehezen férne meg egymás mellett két komolyabb rivális sportcsapat ugyanabban a sportágban. A hazai városokat jellemzően egy-egy nagyobb sportcsapat dominálja (2. táblázat).

2. táblázat: A magyarországi városokban működő sportszolgáltató vállalkozások száma (telephely szerint), 2016

*Table 2: The number of sport companies in Hungary (by location) in 2016*

Telephely	Sportszolgáltatók száma (db)	A telephelyen lévő cégek megoszlása(%) <sup>5</sup>	Kumulált megoszlás (%)
Budapest	486	37,8	37,8
Debrecen, Győr, Pécs	22	1,7	42,9
Szombathely, Szeged	21	1,6	46,1
Miskolc, Kecskemét	19	1,4	48,9
Budaörs	16	1,2	50,1
Sz.fehérvár, Nyíregyháza	15	1,1	52,3
Tatabánya	13	1,0	53,3
Veszprém, Siófok, Sopron	12	0,9	56,0
Szolnok, Szentendre	10	0,8	57,6
Zalaegerszeg, Kaposvár	9	0,7	59,0
Érd, Dunakeszi, Békéscsaba	8	0,6	60,8
Vác, Gyöngyös, Mosonmagyaróvár	7	0,5	62,3
Sződliget, Szekszárd, Gödöllő	6	0,4	63,5

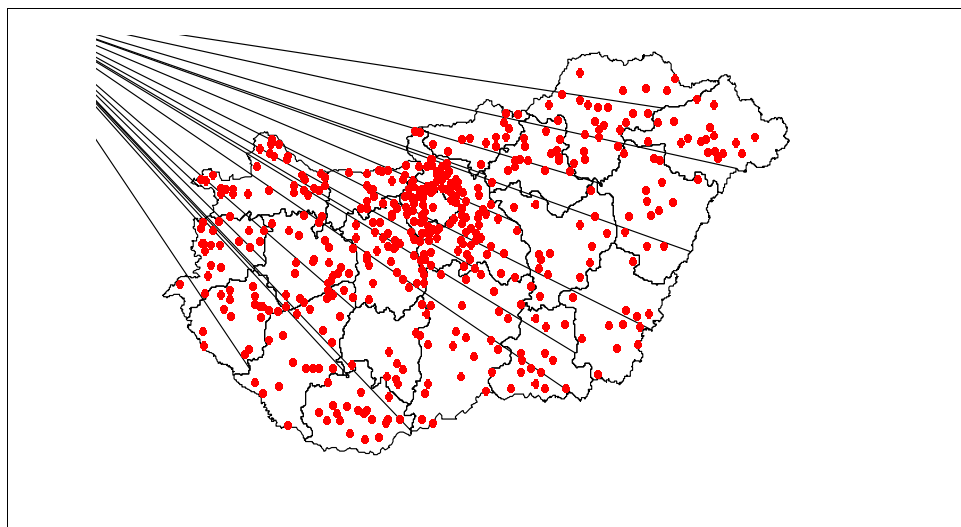
(Forrás: OPTEN alapján összeállítás, 2018)

<sup>5</sup> Megjegyzés: Részesedés az 1284 darab, szűkített számú vállalkozás csoportból. A fennmaradó telephelyeken <5 db a sportszolgáltató cégek száma. A kumulált megoszlást az alábbiak szerint számoltuk: A budapesti cégek az 1284 vállalkozás 37,8%-át jelentik. A következő sorban feltüntetett 22 cég 1,7%-ot képvisel, de mivel három városonként 22 cég van, ezért  $(3 \cdot 1,7) + 37,8 = 42,9\%$  a kumulált megoszlás második sora.

A 2. ábrán a gazdasági vállalkozások telephelyeit ábrázoltuk. Ennek következtében az ábra nem ad arról információt, hogy adott telephelyen hány darab sportszolgáltató vállalkozás működik, csak arról, hogy mely városok szolgálnak telephelyként. Még így is megfigyelhető viszont a sportszolgáltató vállalkozások területi koncentrációja a fővárosban és annak agglomerációjában. A vállalkozások térbeli koncentrációja összhangban áll az általános gazdasági fejlettséggel Magyarországon. Megfigyelhető, hogy a vállalkozások jelentős részének nem Budapest, de ahhoz földrajzilag közel lévő hely a telephelye (2. ábra).

2. ábra: A sportszolgáltató cégek telephelyeként szolgáló városok 2016-ban (N=2449)

*Diagram 2: Sport companies by locations in Hungary in 2016 (N=2449)*



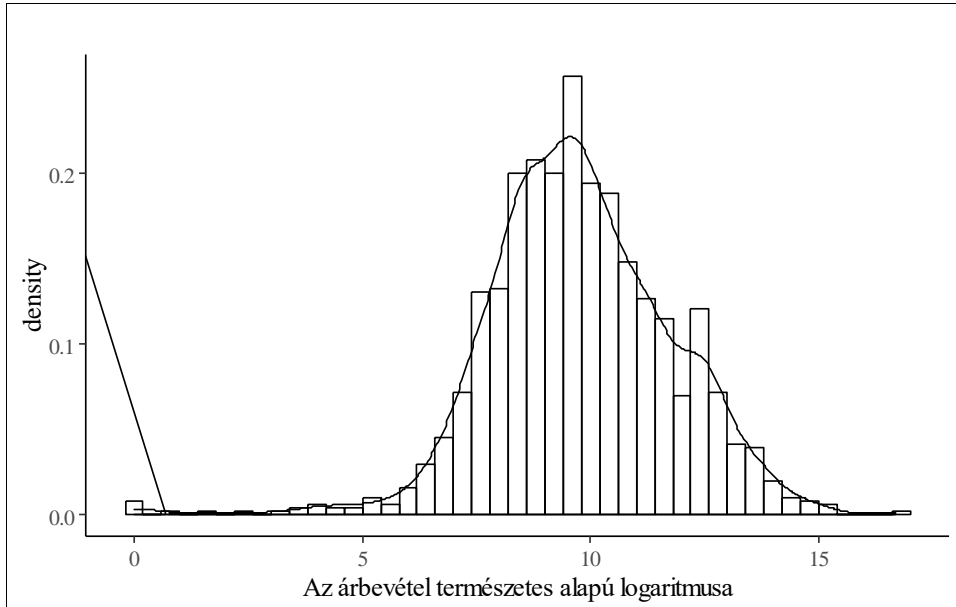
(Forrás: OPTEN alapján saját összeállítás, 2018)

A teljes mintára megvizsgált árbevétel hisztogramja haranggörbére csak részben hasonló alakot vesz fel, amennyiben az árbevétel természetes alapú logaritmussal számolunk. A nyers adatok hisztogramja szerint nagyon sok vállalkozás viszonylagosan kis árbevétellel rendelkezik, néhány vállalkozás pedig jelentős árbevétellel. A logaritmizált árbevétel viszont sokkal szemléletesebben ábrázolható, mivel eltűnnek a kiugróan nagy különbségek. A jövedelmek eloszlása nagyon egyenlőtlen, néhány vállalkozás jövedelme kiemelkedően magas a minta nagy hányadához képest. Valóban, a minta Gini-indexe 0,83, amely nagyon egyenlőtlen eloszlást feltételez (a Gini-index 0 és 1 közötti szám, amelynél 1 a teljes egyenlőtleniséget jelenti (Gini, 1921)). Ez egyértelműen a legnagyobb árbevétellel rendelkező sportszolgáltató vállalkozásoknak köszönhető. Ez azonban nem feltételezi azt, hogy a kisebb vállalkozások el lennének nyomva. A legmagasabb árbevétellel

rendelkező sportszolgáltató vállalkozások főleg a történelmi szempontból is jelentős sportcsapatok, illetve néhány olyan sportszolgáltató, amely nagyon egyedi területen működik. Jó példa erre a Hungaroring Zrt., amely tevékenységi köre egyedülálló Magyarországon (3. ábra).

3. ábra: A magyarországi sportszolgáltató vállalkozások logaritmizált árbevételének hisztogramja 2016-ban<sup>6</sup>

Diagram 3: The histogram of the Hungarian sport companies' log revenues in 2016



(Forrás: OPTEN alapján számítás, 2018)

A kvartilisek esetében az árbevétel eloszlása már teljesen már formát vesz fel, ez is mutatja, hogy a minta mennyire heterogén. Itt is az árbevételek logaritmusával számoltunk. Az első negyedben, ahol a legalacsonyabb árbevétellel rendelkező cégek 25%-a található, jobbra ferde eloszlás látható<sup>7</sup>. Ezzel szemben a legmagasabb 25%-ot elérő cégek hisztogramja pontosan ezzel ellentétes és az eloszlás széle jobbra nyúlik el. Ez mutatja, hogy néhány vállalkozás sokkal nagyobb árbevétellel rendelkezik, mint a minta többi eleme. A második és a harmadik kvartilis esetében sokkal inkább az egyenes eloszlás jellemző mindkét negyedre. A Gini-index a Q4-ben 0,6, azaz viszonylag magas az egyenlőtlenség, a minta többi negyedében pedig mindössze 0,2 és 0,3 körül mozog.

<sup>6</sup> Megjegyzés: a számítás során a természetes alapú logaritmust használtuk.

<sup>7</sup> Jobbra ferde eloszlás esetén azt értjük, hogy az eloszlás széle hosszan elnyúlik a baloldalon.



## 5. Összegzés

A tanulmány eredményei azt mutatják, hogy a magyarországi sportszolgáltatók a fővárosban és annak agglomerációjában csoportosulnak földrajzilag. Az árbevételt tekintve az első 25%-ban (árbevétel alapján rangsorolva) van a legnagyobb koncentráció, a fennmaradó vállalkozások esetében viszonylag egyenletes az árbevétel eloszlása. Meglepő módon nincs különösebben erős összefüggés az árbevétel, a személyi jellegű kiadások és az alkalmazotti létszám között. Érdemes kiemelni, hogy az előzetes várakozásokkal szemben nem igazán vannak kialakult csoportok a sportszolgáltatók között. Mindenképpen jól látható, hogy egyes vállalkozások meghatározóak a területükön árbevétel szempontjából. A jövőbeli kutatások során érdemes lenne megvizsgálni azt a több szerző által is felvetett kérdést, hogy a sportcsapatok történelmi támogatottsága mennyire befolyásolja az adott sportszolgáltató eredményességét.

### Köszönetnyilvánítás

A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.2-16-2017-00003 Sport- Rekreációs és Egészséggazdasági Kooperációs Kutatóhálózat létrehozása projekt támogatta.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Ács P., Prémusz V., Melczer Cs., Bergier J., Salonna, F., - Junger, J., Makai A. (2018): Nemek közötti különbségek vizsgálata a fizikai aktivitás vonatkozásában a V4 országok egyetemista populációjának körében. Magyar sporttudományi szemle. 19. évf. 2. (74.) sz. pp. 3-4.
- Bács Z., Kozma G. (2018): Sportlétesítmények a köz szolgálatában: a multifunkcionális stadionok. Magyar sporttudományi szemle. 19. évf. 2. (74.) sz. pp. 27-33.
- Bácsé Bába É. (2017): Magyar futballtársaságok szervezeti kérdései. TAYLOR 9. évf. 2. szám. pp. 5-13.
- Gini, C. (1921): Measurement of Inequality of Incomes. Economic Journal, 31, pp. 124-126. <http://dx.doi.org/10.2307/2223319>
- Kosztin N., Balatoni I. (2017): A sportlétesítmények fenntarthatóságának regionális különbségei. Magyar sporttudományi szemle. 18. évf. 1. (69.) sz. pp. 18-22.
- Nagy, A., Tobak, J.(2015): The role of sport infrastructure: use, preferences and needs. APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce vol. 9. issue 1/2 pp. 47-52.
- Pfau C. (2014): Szabadidősport és a sportinfrastruktúra összehasonlító elemzése a kutató egyetemeken. Taylor 6. évf. 1-2. (14-15) sz. pp. 413-422.
- Szabó, Á. (2013): Szabadidősport-piacok Magyarországon (Leisure sport markets in Hungary). Vezetéstudomány/Budapest Management Review 44.4. pp. 18-28.
- OPTEN (2016): OPTEN Kft. Cégtár: <https://www.opten.hu/>.
- R-PROJECT (2018): The R Project for Statistical Computing: <https://www.r-project.org/>

## SZERZŐK

**BÁCSNÉ BÁBA ÉVA** egyetemi docens/associate professor  
Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar/University of Debrecen, Faculty of  
Economics and Business  
Debrecen  
bacsne.baba.eva@econ.unideb.hu

**SZENDERÁK JÁNOS** tanársegéd/assistant lecturer  
Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar/University of Debrecen, Faculty of  
Economics and Business  
Debrecen  
szenderak.janos@econ.unideb.hu

**HARANGI-RÁKOS MÓNICA** egyetemi adjunktus/assistant professor  
Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar/University of Debrecen, Faculty of  
Economics and Business  
Debrecen  
harangi-rakos.monika@econ.unideb.hu