

# Az üzlet szerepe a teniszsportban

## The role of business in tennis

Kincses Gábor<sup>1</sup>, Ormos Mihály<sup>2</sup>, Bartha Zsolt<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Testnevelési Egyetem Doktori Iskola, Budapest

<sup>2</sup>Eötvös Loránd Tudományegyetem, Gazdálkodástudományi Intézet, Budapest

<sup>3</sup>Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Egészségtudományi Doktori Iskola, Pécs

E-mail: kincses.gabor@gtk.bme.hu

### Összefoglaló

A tenisz az 1960-as évektől kezdődően óriási változásokat élt meg. A kezdetekben úri sportnak titulált játék már nemcsak a tehetséges embereknek kínált kikapcsolódási lehetőséget, hanem a középosztályhoz tartozó sportszeretőknél is. Ezzel párhuzamosan a modern sport vívmányait szem előtt tartva a teniszbe áramló tőke megtalálta számítását. A tanulmány részletesen vizsgálja ennek okait, különös figyelmet szentelve a játékosok, a nézők, a támogatók szempontjainak. A környezeti hatások közül kiemelten kezeli a média szerepét. Az írás bemutatja továbbá a szövetségek fejlődését, a versenyrendezőik aspektusát, a szponzorok értékteremtő dimenzióját. A tanulmány célja képet adni arról, hogy a sportipar történetéből milyen jelentős szeletet képvisel a tenisz. Az eredmények egyértelműen igazolják, hogy a szponzorokat azok a világot behálózó, globális versenyrendszerekkel bíró sportágak inspirálják, amelyek folyamatosan megkapják az emberek millióinak figyelmét. A tenisz megfelel a kritériumoknak. A tanulmány egyik fő következtetése, hogy a világcégek irányítói azért támogatják egyre több pénzzel a teniszsportot, mert évtizedek óta tartó befektetéseik egyre nagyobb elismertséget és hasznot hoznak számukra a világpiacra, valamint a legnagyobb versenyek és sztárok nevei összeforrnak az általuk fémjelzett produktumokkal. Ezért érdekeltek a szerződések prolongálásában.

**Kulcsszavak:** tenisz, szponzor, versenyek, televízió, nézők

### Abstract

Tennis has undergone tremendous changes since the 1960s. Originally dubbed a gentleman's sport, the game now offers not only recreational opportunities for affluent people, but also for middle-class sports enthusiasts. In parallel, keeping in mind the achievements of modern sports, the capital flowing into tennis has found its calculation. The study

examines the reasons for this in detail, paying special attention to the perspectives of players, spectators, and supporters. Among the environmental impacts, the role of the media is highlighted. The article also presents the development of associations, the aspect of competition organizers, the value-creating dimension of sponsors. The aim of the study is to give an idea of what a significant slice of the sports industry's cake is represented by tennis. The results clearly demonstrate that sponsors are inspired by sports around the world with global competition systems that continually enjoy the attention of millions of people. Tennis meets the criteria. One of the main conclusions of the study is that the managers of global companies are supporting tennis with more and more money because their decades-long investments are gaining more and more recognition and profit in the world market and the names of the biggest competitions and stars are merging with their branded products. That is why they are interested in prolonging contracts.

**Keywords:** tennis, sponsor, competitions, television, viewers

### Bevezetés

A tenisz a legfelső, királyi kategóriába tartozik (Marshall, 1878). Az angolok a játékot a korai időszakban egyenesen az arisztokrácia sportjának tartották. A magántulajdonú pályákon űzött tevékenységet alapvető jellegzetességei tették népszerűvé úri körben. Kis területen jól átmozgatta a játékosok összes izmát, a háló két oldalán folytatott ütögetés minimálisra csökkentette a sérülés veszélyt. A klubban jó társasági életet lehetett élni, egy bizonyos anyagi szűrő biztosította az odajárók homogenitását, sőt lehetőségük volt a játék közbeni beszélgetésre is. A tenisz észjáték, ami megkövetelt bizonyos fokú intelligenciát, hiszen az agyat folyamatosan használni kellett a gyakorlás, a jó labdaérezék és gyors reakcióképesség mellett. Az intellektualitás nemcsak a labdamenetek kijátszásában és a szabályok betartásában

jelent meg, hanem a játék során tanúsított magatartásban is (Juhász, 2012).

Az évtizedek múlásával a tenisz forradalmi változásokon ment keresztül. A sportág népszerűsége fokozatosan megnőtt és ezzel egyidejűleg társadalmi státusza is megváltozott. Az elit, felső osztály arisztokratikus szórakozásából a középosztály sportjává vált, ami a versenyzők számának jelentős növekedését hozta (Bourdieu, 1978).

A teniszversenyeken 1968-tól, az úgynevezett „open era” beköszöntével hivatalosan is részt vehettek a profi játékosok. Ezzel párhuzamosan megalakult a férfi teniszt irányító ATP (Association of Tennis Professionals), valamint a női teniszt alakító WTA (Women’s Tennis Association). A szövetségeken keresztül a versenyrendszerekbe áramló pénz megnövekedett, egyre több tornát rendeztek a világban. Az üzleti jelenlét fokozódott, aminek hatására a sportág mára iparaggá fejlődött. A tenisz körforgásba korán bekapcsolódott vállalatok jó időben voltak jó helyen. Meglátták a kínáló lehetőségeket a teniszverseny támogatásában, évekre szóló szerződéseket kötöttek, komoly előszámításokat végezve hatalmas összegeket fektettek be. Investícióik dollármilliókat eredményeztek számukra.

A XXI. századi versenytenisz számtalan kihívás elé állítja a játékosokat. A nemzetközi szövetségek által egész éven át tartó versenynaptár kínálta lehetőségekkel csak a legkiválóbbak tudnak élni. Az edzéseken azért feszegetik fizikai és szellemi határaikat a velük dolgozó stábtagnokkal együtt, hogy a mérkőzésen ellenfeleik fölé tudjanak kerekedni. 200 km/h sebességgel ütik a szervákat, kellő kockázatvállalással és gyors döntésekkel próbálják megnyerni a labdameneteket. Szinte fáradságérzés nélkül, teljes koncentrációval, minimális kihagyásokkal órákon át hajszolják egyik sarokból a másikba ellenfelüket, hogy a végén a magasba emelhessék a trófeát és átvehessék a győzelemért járó pénzdíjat.

A szponzorok azokat a játékosokat támogatják a legnagyobb összegekkel, akik megmutatják rendkívüli tehetségüket és eredményes játékos pályafutásukkal nemcsak saját maguknak, hanem az őket támogató cégeknek is jelentős anyagi hasznot hoznak (Barget, 2005).

A jelen tanulmány szinte egy egész élet személyes tapasztalatára épül és az átfogó, nagyszabású kutatás egyik részterületét kívánja bemutatni. Célja vizsgálni a teniszbe begyűrűző azon üzleti tényezőket, melyek egymásra hatásukkal leginkább befolyásolják a teniszipart. A tanulmány különös figyelmet szentel a versenyrendezők a támogatók a televízió és a nézők anyagi szempontjainak.

## Anyag és módszerek

A dokumentumelemzések során szakirodalmi adatokat és saját empirikus eredményeinket használtuk fel következtetéseinkhez. Az átfogó kutatás részterületeként a teniszsport üzleti aspektusait vizsgáltuk annak érdekében, hogy a 2020-as évekre egy fogalmi kört tudjunk kialakítani. A tanulmány során különös figyelmet fordítottunk a Grand Slam versenyekre. Részletesen elemeztük az egyik legsikeresebb torna, az Ausztrál Open dimenzióit. Leíró statisztikai módszereket alkalmaztunk az adatok elemzésére.

## Eredmények

A teniszben mindig a négy nagy torna egyikének megnyerése jelentette a legnagyobb sikert. Kronológiai sorrendben az Ausztrál Open, Roland Garros, Wimbledon és US Open. Ezek az úgynevezett Grand Slam versenyek. Sokáig csak az amatőrök léphettek pályára, de 1968-tól az ebből élő profik is megmérettettek. A legnagyobb teljesítménynek számított és számít a mai napig, ha egy hölgy, vagy úr egy naptári évben egymás után tud diadalmaskodni mind a négy helyszínen. A nőket és a férfiakat együtt figyelembe véve, idáig ez a bravúr összesen öt játékosnak sikerült. Maureen Conolly (1953), Margaret Court (1970), Steffi Graf (1988), Don Budge (1938) és egyedüli kétszeresként a ma is élő legenda Rod Laver (1962, 1969) teljesítette a Grand Slam-et. Láthatjuk, hogy az elmúlt közel harminc évben ez a teljesítmény senkinek sem sikerült (Rekordok és rekorderek a fehér sport történetéből, 2013).

### Versenyszervezők, profi szövetségek

A tenisztornák megrendezése rendkívüli lehetőséget biztosít az adott országnak, városnak. A versenyrendezők a top játékosokat akarják felvonultatni, ezzel biztosítva a nagyfokú érdeklődést a torna iránt. A nemzetközi teniszversenyek természetesen profi rendezvények hiszen a legjobb játékosok az erkölcsi és anyagi sikerek szem előtt tartásával lépnek pályára. Ez a foglalkozásuk, ebből élnek. Játékukkal szórakozást nyújtanak és óriási élményt jelentenek nemcsak a helyszínen szurkolóknak, hanem a TV-n keresztül további millióknak is. A néző az egyik legfontosabb elem a gépezetben. Az általuk megvett belépőjegyek, a verseny alatti fogyasztásaik legalább olyan fontos bevételeket jelentenek, mint a médián keresztül befolyt összegek. A közvetítés során látható a zsúfolásig megtelt lelátó, ahol az élő adás során érzékelhető a helyszíni hangulat. A sok ember inspirálja a versenyzőt, aki kiadja magából maximális tudását és orozslánként küzd a pályán. Ezért a szervezők igyekeznek szinte minden jegyet eladni, ezzel

1. táblázat. Az Ausztrál Bajnokság pénzdíjai, ausztrál dollárban 2020  
Table 1. The Australian Open prize money, in Australian Dollars 2020

Eredmény	Férfi egyes	Női egyes	Férfi páros/pár	Női páros/pár	Vegyes páros/pár
Győztes	4 120 000	4 120 000	760 000	760 000	190 000
Döntős	2 065 000	2 065 000	380 000	380 000	100 000
Elődöntős	1 040 000	1 040 000	200 000	200 000	50 000
Negyeddöntős	525 000	525 000	110 000	110 000	24 000
4. forduló	300 000	300 000	62 000	62 000	12 000
3. forduló	180 000	180 000	38 000	38 000	6 250
2. forduló	128 000	128 000	25 000	25 000	
1. forduló	90 000	90 000			
Összesen	25 501 000	25 501 000	3 884 000	3 884 000	682 000

Forrás/Source: Record \$ 71 million prize money for Australian Open, 2020

tömeget produkálni és a mérkőzés aktív résztvevőivé tenni a közönséget (Nyerges, 1985). A szervezők már hónapokkal a verseny kezdete előtt több választási lehetőséget ajánlanak, ezzel csábítva városukba a turistákat. A nézők számos opció közül választhatnak, a számukra legideálisabb csomagok közül. Természetesen kedvencüket, kedvenceiket szeretnék látni élőben, de ilyenkor még rizikós a választás. Nem tudják pontosan melyik fordulóban, melyik pályán fog játszani, akiért szorítanak. Azért a center és „show” pályákon általában az esélyesek lépnek fel, de számolni kell a meglepetésekkel is. Nagyon jó választás az úgynevezett sétáló jegy, ami főleg az első két fordulóban az alacsonyabban rangsorolt pályákra szól. Itt is összefuthat a látogató mai, vagy korábbi bajnokokkal. A szurkoló természetesen költi a pénzét, hiszen maradandó emlékekkel akar távozni a helyszínről, ezért mélyen a zsebébe nyúlva számos, a versenyre emlékeztető ajándéktárggyal távozik.

A világ három legnagyobb tenisz szervezete, (ATP, WTA, ITF) segítségével szinte nincs olyan hét az évben, amikor a világ valamelyik pontján ne rendeznének valamilyen szintű versenyt. A kérdés mindig az, hogy megéri-e és mennyire a sok befektetett munkával járó szervezés. A válasz igen, hiszen évtizedekre visszamenőleg ismerve a versenynaptárt, ki kell jelteni, hogy a jó tapasztalatoknak köszönhetően a rendezők mindig ugyanabban az időpontban adnak helyet versenyeknek. A legkiemelkedőbbek ezek közül a Grand Slam tornák, melyeket az ITF (International Tennis Federation) rendez az adott ország szövetségével karöltve a már korábban említett helyszíneken. Itt egyszerre mérettetnek meg mind a nők, mind a férfiak a versenyszámokban. Az egydüli szintér, ahol lebonyolítják a vegyespárost is. A férfi szövetség – ATP, és a női – WTA, a fennmaradó hetekben saját naptárral bír, ahol az utóbbi években az érdeklődés fokozása miatt próbálnak közös heteket szervezni. A fő ok, a női tenisz nézettségének nö-

velése, hiszen bizonyos felmérések azt mutatják, hogy a férfi tenisz népszerűsége felülmúlja a hölgyekét. Ezért, ha minél többet egy helyszínen lépnek pályára, a figyelem természetesen megoszlik a két nem között.

### A versenyek mecénásai

A 2020. évi összdíjazás elérte a 71 millió ausztrál dollárt, ami 13,6%-os növekedést mutat a 2019. évhez képest (1. táblázat). Az eddigi tendenciákat követve, a nyereményalap folyamatosan emelkedik, a 2007-es 20 millióról több mint a háromszorosára nőtt a versenyzők által hazavihető pénzdíjak összege. Az elmúlt két évtizedben összességében 412%-kal lett magasabb a versenyen nyerhető jutalom. A 128-as női és férfi főtábláinak első fordulóban vereséget szenvedő játékosai 90 000 dollárral gazdagodtak (Record \$ 71 million prize money for Australian Open, 2020).

Látható, hogy a rendezők arra törekednek, hogy az elején vereséget szenvedő játékosoknak is megérje a messzi földrészre utazni. Nem utolsósorban lehetőséget biztosítanak az alacsonyabban rangsoroltak számára is, hogy edzőt, esetleg terapeutát tudjanak fizetni. Ezzel kiegyenlítődnek az erőviszonyok már a korai fordulóban is, esélyt adva a még látványosabb mérkőzések kialakulására. Természetesen a nagyobb pénzdíj elérhetősége még motiváltabbá teszi a teniszezőket és ezzel párhuzamosan kitolja a megélhetést biztosító ranglista helyezést, ami a verseny szempontjából nélkülözhetetlen.

Az Ausztrál Bajnokságot hosszú évtizedek óta mindig ugyanabban az időpontban, januárban rendezik, az ausztrál nyárban. Ilyenkor két hétig Melbourne van a világ középpontjában. A verseny fő szponzora a KIA, dél-koreai autógyár. Ebben az időszakban befektetési céloktól is vezérelve 120 autóval segítik a verseny lebonyolítását. A bajnokság két hete alatt ezekkel a járművekkel szállítják a játékosokat,



szervezőket, VIP vendégeket. Az elmúlt években a flotta autói kényelemben és biztonságban juttatták el a szereplőket a kért desztinációkba, több millió kilométeren keresztül. A gyár prominensei megtiszteltetésnek tartják, hogy szponzorai lehetnek a világ egyik legnagyobb sporteseményének. Hitvallásuk szerint ők sokkal többet jelentenek, mint szimpla támogatót az Ausztrál Open-nek, a vállalat már a teniszvilág megbecsült tagja, aki nagymértékben járult hozzá a verseny fejlődéséhez. A KIA flotta mára a Melbourne Park jelképévé vált. Nem utolsó sorban 68 szerencsés KIA modell vásárló meghívást kapott a versenyre, ahol exkluzív tenisz kurzuson vehettek részt és megtekinthették a férfi egyéni elődöntő mérkőzéseket is (KIA flotta a 2019-es Australian Open-en, 2019).

A dél-koreai autógyár a Grand Slam verseny támogatásának is köszönhetően, üzleti eredményeinek növekedését prognosztizálta a 2021-es évre vonatkozóan. Az átlagos eladási árak emelkedésének köszönhetően, a világszintű, nagykereskedelmi bázison alapuló értékesítést közel 3 millió darabra tervezték. Ez 12,1%-os növekedést jelent az előző évihez képest. A Kia működési haszonra vonatkozó elvárásai és előrejelzései is nőttek az előző évi értékekhez viszonyítva. A megcélzott működési haszonkulcs 2021-re 5,4%, 2025-re pedig már 7,9 százalék. Egyértelműen realizálni tudják befektetéseik megtérülését (A KIA bemutatta átalakulási tervének újabb lépéseit, 2021).

A cég, mint stratégiai partner 2002-től a fő támogató, szerződése 2023-ig szól. Az ITF-el és a Tennis Australia-val együtt óriási üzleti lehetőséget lát a versenyben. Ez a megállapodás az ausztrál sport történetének legnagyobb támogatási szerződése. A KIA-n kívül szponzor még – csak a legnagyobbakat említve – a Rolex, a svájci óragyár, az ANZ, az új-zélandi légitársaság. A világ egyik leghíresebb és legpatinásabb óragyára támogatja a legnagyobb teniszversenyeket és a kiemelkedő játékosokat is. A Rolex egyedülállóan hosszú ideje járul hozzá a globális kultúrához. Az Ausztrál Openen kívül kiemelt partnere a többi Grand Slam tornának is. Több mint 40 éve vannak jelen a köztudatban, maximálisan tiszteletben tartva a tenisz hagyományait. A gyár termékei a pontosságon felül az időtlen esztétika jegyeit is magukon hordozzák. A dinamikus és gyönyörű időmérők visszatükrözik a verseny szellemét (World of Rolex, 2021).

Rajtuk kívül teret kapnak az ausztrál vállalatok is, mint a Jacob's Creek bor, vagy a Vegemite élelmiszer. Az ausztráloknak kiemelt jelentőséggel bír, hogy megtalálják az egyensúlyt a globális óriáscégek és a hazai, számukra nagyon fontos otthoni partnerek között. Így segítik őket a világhír felé a még meghódítatlan piacok tekintetében. A turizmusra összpontosítanak folyamatosan, különösen az ázsiai-csen-

des-óceáni térségre. Kulcsfontosságú az idegenforgalmi profit kialakítása, ezért egész nyárra ajánlanak különböző programokat az oda látogatók számára. A fesztiválszerű élmények népszerűsítik Melbourne kultúráját, ezzel ismertté téve az egész világban (Tennis-Australia-Annual-Report, 2018-2019).

A 2019-es év rekord bevételt termelt az Ausztrál Open-en. A verseny két hete alatt 796 435 jegyet értékesítettek a helyszínen, 50 ezerrel többet, mint előző évben. Az első hét szombatján minden eddigi eredményt felülmúlva közel 90 000 ezren látták élőben a mérkőzéseket. A tengerentúlra sugárzott televíziós közvetítés több mint 900 millió otthont ért el. A szervezők 30,4 terabyte internetes forgalmat bonyolítottak le, ezzel optimalizálva a rajongói élményt a még szélesebb közönség számára. Az adat- és viselkedési elemzések, a helyszíni felmérések, új stratégiai irányt mutattak az innováció kiaknázása tekintetében. Az információk birtokában képesek voltak követni a tömegáramlást a verseny során, beazonosítani azokat a helyszíni látóivalókat, azokat a közösségi csatornákat, amik a legnagyobb szórakozást biztosították a közönség számára. Az adatközpontú megközelítés pozitív hatása legjobban a családi szórakoztató programokon volt érzékelhető. A közösségi média csatornákon való felhasználás évről-évre folyamatosan nő, ami a szervezők számára egyre nagyobb betekintést nyújt a rajongók tartalmi érdeklődéséről. Ez segítséget jelent számukra a Melbourne Parkba látogatók élményeinek kiszélesítéséhez. A közösségi tartalmakat testre szabják, a kiemelt videókat folyamatosan frissítik. Az Ausztrál Open a világ egyik legnagyobb sportszórakoztató rendezvénye, ugyanakkor az ausztrál történelem legnagyobb játékeseménye. Ezért a rendezők elkötelezettek egy fantasztikus, sokoldalú élmény biztosításában, amely túlmutat a teniszen. (Serving up data driven experiences at the Australian Open, 2019). Megállapítható, hogy az ausztrálok nagyfokú rizikót vállalva minden szempontot figyelembe véve alakítják ki stratégiájukat. A szurkoló tényleg eljön és megveszi a jegyét a mérkőzésekre és az általa megálmódott szolgáltatást kapja a pénzéért. Nem ismert tudományos megállapítás arra nézve, hogy egy profi módon összeállított portfólió jobb eredményt hozna, mint egy találmásra választott. A különbség tehát nem a hozzáértés kérdése legtöbb esetben, hanem a kockázatvállalásé (Bóta és Ormos, 2017).

### A versenyző, mint pénzforrás

Roger Federer, minden idők legnagyobbja, hiszen a statisztikákon és a játéktíluson túl, magában hordozza azokat a tulajdonságokat, amelyek sportszemialitását jellemzik. Tökéletesen megfelel sportága elvárásainak, önbizalommal, kreatívan és kockázatokkal vállalva teniszeznek. Könnyedén, szinte már mű-

vészien üti a labdákat, lát a pályán és mindig kitalál valamilyen új, eredeti stratégiát (Higgins, 2018).

A ma már 39 éves svájci világlklasszis minden idők egyik legeredményesebb és legjobban fizetett teniszezője. Hosszú sérülése után top formában tért vissza és nyert az Ausztrál Openen 2017-ben, gyarapítva Grand Slam győzelmei számát. Ma is a csúcsot tartva 20 trófeánál tart. Egyelőre nem tervezi a visszavonulását és további céljai vannak a jövőben. A 2019 június és 2020 június közötti időszakban a Forbes Magazin kimutatása szerint Federer a legjobban kereső sportoló volt a világon a maga 106,3 millió dollárjával. Megelőzte a három legjobban fizetett labdarúgót, Ronaldo-t, Messi-t és Neymar-t, valamint a kosárlabdázó LeBron Jamest. A hivatalos versenyeken nyert pénzdíjai 6,3 milliót tettek ki, míg az egyéb bevételei a bemutatókból, reklámokból és támogatókból 100 millióra rúgtak. 2018-ban egy tíz évre szóló 300 millió dolláros kontraktot írt alá a japán UNIQLO ruházati céggel. Kiemelt támogatói között szerepel a Credit Swiss Bank, a Wilson sport-szergyártó cég és a Rolex óragyár. Egyéb szponzorai még a Mercedes Benz, a Lindt, és a NetJets (The World's Highest-Paid Athletes Roger Federer, 2020.)

A képlet világos, Roger Federer egy két lábon jár, az egész világon ismert remek reklámhordozó. A játékra születni kell, a megfelelő érzék előnyt jelent az irányításban, egyben alkalmazkodást is a körülményekhez. A jó teniszezőhöz hasonlóan, oda kell futni, ahová az ellenfél ütése érkezni fog, a befektetendő pénzt is oda kell tenni, ahol majd a legjobban fog megtérülni (Bourdieu, 2002).

Bourdieu előbbi fejtegetése megmagyarázza Federer sikereit is, 39 évesen sokadik verseny szezonjában még mindig maga elé tűz olyan célokat, aminek megszerzése érdekében nekivág az edzéseknél. Motivációjának alapja, hogy szereti, amit csinál, imád teniszezni, ugyanakkor továbbra is remek eredményeket produkál. Amíg élvezzi a játékot, az emberek millióinak szeretetét, családjá támogatását, nem fogja abbahagyni a versenyzést. A támogatók figyelmét mindig olyan sportrendezvények és sportágak keltik fel, melyeknek globalitása megkérdőjelezhetetlen, egész éven át tartó sorozattal bírnak. A tenisz megfelel a kritériumoknak. Amikor a férfi világranglistán több mint 2 000, a nőin 1 200 játékost jegyeznek, a szponzorálni kívánó mecénás milyen elvek alapján választ a versenyzők közül? Kit érdemes támogatni, milyen erőforrásokkal és milyen intervallumban? A versenyző habitusa határozza meg játék közbeni választásait, gyakorlati érzéke irányítja cselekedeteit egy adott szituációban. Ez a fajta képesség, amit játékerzéknek hívunk, teszi lehetővé a mérkőzés aktuális állapotából kiindulva előre vetíteni annak valószínűsíthető végkimenetelét (Bourdieu, 2002). Tovább gondolva Bourdieu elméletét, nézzünk egy

példát. Ha valaki a televízióban követ egy teniszmecscset, azt látja, hogy mind a női és a férfi játékosok felváltva nyerik a pontokat. Egyszer az egyik versenyző produkál egy gyönyörű ütést, egyszer a másik hibázik könnyű helyzetben, nem tapasztal nagy különbséget. A szurkoló esetleg nincs tisztában az erőviszonyokkal, nem ismeri név szerint a játékosokat, mert csak ritkán követi az eseményeket. Mivel nem ismeri a világranglista helyezéseket sem, számára nem egyértelmű, hogy ki az első, ki az ötvenedik. A látottak alapján a számok lehetnének akár fordítottak is. Mégis a néző észreveszi, hogy a kiélezett helyzetekben, valamiért mégis inkább csak az egyik teniszező kerekedik felül és nyeri meg a fontos pontokat, amik a gém, szett és meccslabdákról döntenek. Végsősoron az esetek nagy többségében a ranglistán előkelőbb helyen tartózkodó versenyző győzedelmeskedik. Az ok egyszerű, a rutinos játékos a fontos pillanatokban higgadtabb, biztosabban üti a labdát és jobban összpontosít ellenfelénél. Ugyanakkor, a még kevés tapasztalattal rendelkező fiatal versenyző olyan eredményeket mutat fel, ami felkelti a lehetséges szponzor figyelmét. Ma még vereséget szenved, de talán ő lesz a jövő világelője. A mecénás szemével értékelve a látottakat, nem kérdés kit fognak támogatni a jövőben, az ígéretes befektetés érdekében.

## Összegzés

A tenisz, a mai globalizált világban már nemcsak egyszerűen egy sportág, hanem a világgazdaság fontos része. A földrészeken átívelő versenysorozatok iparaggá nőttek ki magukat és kizárólag üzleti alapon működnek. Tanulmányunk azt a következtetést vonja le, hogy a legnagyobb világcégek irányítói megfelelő költség-haszon elemzések alapján elkötelezettek a támogatások évekre szóló aláírásában. A szponzorszerződések folyamatosan prolongálódnak, mert a vállalatok befektetéseit rendkívüli haszonnal járnak. A támogatások hatására a versenyrendezők évről-évre bővíteni tudják infrastruktúrájukat, emelni tudnak a szervezés színvonalán ezzel nyújtva maximális elégedettséget a helyszíni teniszrajongóknak. A szolgáltatás színvonalát folyamatosan emelve érik el a közönséget a szociális médiákon és a televízióon keresztül, növelve ezzel az általuk célba vett piacok érdeklődését. A hozzáadott érték tekintetében mérhető a hasznok társadalmi és gazdasági vonalon egyaránt az üzleti elemzések indexei szerint. Teljesen világos tény, hogy a tenisz a labdarúgás után a második, az egyéni sportágakat nézve pedig az első a legnépszerűbb sportágak rangsorában. Köszönhető a világszövetségek évtizedek óta fejlődő szervezeteinek, mindig az újra törekvéseinek, logikus versenyrendszerének és kiszámíthatóságának. Elévülhetet-

len érdemei vannak a hosszútávú megállapodásokat szignáló világcégeknek, akiknek köszönhetően a nyerhető és megélhetést biztosító nyeremények folyamatosan emelkednek, ezáltal biztosítva a sikeres játékosok elégedettségét. Az üzlet szerepét a teniszsportban számos nézőpontból lehet vizsgálni, tanulmányunk eddigi kutatásunk eredményeit elemezte. A befektetői oldal még részletesebb vizsgálatára a cégek üzleti titokra való hivatkozása miatt most nem kerülhetett sor. További információk beszerzése szükséges ahhoz, hogy megállapíthassuk, milyen arányban veszi ki részét a magántőke a teniszsportban és milyen egyéb motivációs tényezők játszanak szerepet a legjobb játékosok sikerességében az anyagi ösztönzőkön túlmenően.

### Felhasznált irodalom

- Barget, E. (2005): The economics of tennis. In: Andreff, W., Szymanszki, S. (eds.): *Handbook on the Economics of Sport*: Edward Elgar Cheltenham, UK, Northampton, 418-434.
- Bourdieu, P. (1978): Sport and social class. *Social Science Information*, 17: 6. 819-840.
- Bourdieu P. (2002): *A gyakorlati észjárás*. Napvilág, Budapest, 131-132.
- Bóta G., Ormos M. (2017): *Befektetések*. BME oktatási segédanyag, Budapest, 28-42.
- Higgins, J. (2018): Why Roger Federer is a GOAT: an account of sporting genius. *Journal the Philosophy of Sport*, 45: 3. 296-317.
- Juhászné G.P. (2012): *A Grand Slam tenisztornák összehasonlítása, szervezése és lebonyolítása*. Diplomadolgozat, Veszprémi Egyetem, Veszprém, 23.
- Marshall, J. (1878): *The Annals of Tennis*. Reprinted 1973, MAR, USA, 299.
- Nyerges M. (1985): *A szervezés és vezetélmélet alapjai. Eseményszervezés a sportban*. Tankönyvkiadó, Budapest, 181.
- Internetes források:**
- KIA bemutatta átalakulási tervének újabb lépéseit (2021). Retrieved June 11, 2021, from [https://press.kia.com/hu/hu/home/mediarouces/press-kits/2021/kia\\_atalakulas\\_ujabb\\_lepesei.html](https://press.kia.com/hu/hu/home/mediarouces/press-kits/2021/kia_atalakulas_ujabb_lepesei.html).
- KIA flotta a 2019-es Australian Openen (2019). Retrieved June 11, 2021, from <https://www.kia.com/hu/rolunk/hirek-esemenyek/hirek/kia-flotta-a-2019-es-australian-openen/>.
- Record \$ 71 million prize money for Australian Open 2020 (2019). Retrieved September 11, 2020, from <https://ausopen.com/articles/news/record-71-million-prize-money-australian-open-2020>.
- Rekordok és rekorderek a fehér a fehér sport történetéből. (2013). Retrieved September 11, 2020, from <https://www.ksh.hu/szamlap/olimpia.html>.
- Serving up data driven experiences at the Australian Open 2019 (2019). Retrieved September 11, 2020, from <https://www.optus.com.au/enterprise/customerstories/transformation-customerstories/serving-up-data-driven-experiences-at-the-australian-open>.
- Tennis-Australia-Annual-Report 2018-2019 (2019). Retrieved September 11, 2020, from <https://www.tennis.com.au/about-tennis-australia/reports-and-policies/annual-report>.
- The World's Highest-Paid Athletes Roger Federer 2020 (2020). Retrieved September 11, 2020, from <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2020/05/29/roger-federer-on-top-the-swiss-tennis-ace-scores-first-no-1-payday-with-106-million/?sh=ab3d03e18d95>.
- World of Rolex (2021). Retrieved June 11, 2021, from <https://www.rolex.com/world-of-rolex.html>.

