

Application of the Perceived Popularity of Sports to Support the Sustainable Management of Sports Organizations

Využitie vnímanej popularity športov na podporu udržateľného riadenia športových organizácií

Autori: Michal Varmus, Milan Kubina, Pavol Boško, Martin Mičiak

Autori skúmali, ako subjektívne vnímaná popularita športov na Slovensku ovplyvňuje udržateľnosť a dlhodobé fungovanie športových organizácií. Cieľom bolo navrhnúť spôsob, ako tento ukazovateľ využiť pri rozhodovaní manažérov a tvorcov športových politík, a zároveň vytvoriť metodiku, ktorá umožní objektívnejšie prerozdeľovanie verejných financií podľa popularity jednotlivých športov. **Hlavným cieľom** výskumu bolo analyzovať vnímanú popularitu športov medzi obyvateľmi Slovenska a zistiť, ako tento faktor ovplyvňuje udržateľný rozvoj športových organizácií, ich členskú základňu a schopnosť získavať financie zo štátnych aj súkromných zdrojov.

Metodológia

Výskum bol založený na **kvantitatívnej analýze** prostredníctvom **online dotazníka**, ktorý sa uskutočnil v apríli a máji 2021. Do prieskumu sa zapojilo **338 respondentov** zo Slovenska vo veku nad 15 rokov. Dáta boli spracované pomocou programovacích jazykov **R** a **Python** (s využitím knižníc *ggplot2*, *pandas*, *seaborn*, *matplotlib*).

Okrem dotazníkového zisťovania boli použité aj **analytické a logické metódy** – indukcia, dedukcia, syntéza, porovnanie a obsahová analýza odborných publikácií o športe a udržateľnosti. Štatistická analýza zahŕňala **Pearsonov chí-kvadrát test**, **Studentov t-test**, **Kolmogorov–Smirnovov test**, **Mann–Whitneyho test** a **viacnásobnú regresnú analýzu**.

Hodnotená bola **subjektívna popularita športov** (TOP 1, TOP 2, TOP 3 obľúbených športov) a pre testovanie hypotéz sa analyzovali premenné ako **pohlavie**, **vek**, **vzdelanie**, **zamestnanie** a **úroveň fanúšikovstva** (tzv. fan index).

Výsledky

Výskumné otázky a odpovede

Otázka	Zameranie	Odpoveď
V1	Ktoré športy sú na Slovensku najpopulárnejšie?	Najpopulárnejšie boli ľadový hokej a futbal , nasledovali lyžovanie , cyklistika a tenis .
V2	Líši sa miera fanúšikovstva medzi jednotlivými športmi?	Áno, výrazne. Najsilnejšiu identifikáciu s fanúšikom prejavili priaznivci futbalu, hokeja a basketbalu.
V3	Ovplyvňuje pohlavie preferenciu športov?	Áno. Muži uprednostňovali futbal, hokej a motoršporty; ženy preferovali lyžovanie, volejbal a tenis.
V4	Aký vplyv má vek na obľúbenosť športov?	Vekové rozdiely sa štatisticky významne nepreukázali, no basketbal bol najobľúbenejší u mladších respondentov.
V5	Ovplyvňujú socio-ekonomické faktory popularitu športov?	Áno. Pohlavie, vzdelanie a pracovné postavenie mali merateľný vplyv na fanúšikovské správanie a preferencie.

Hypotézy a výsledky

Hypotéza	Znenie	Výsledok
H1	Distribúcia populácie podľa identifikácie s fanúšikom sa líši medzi športmi	Potvrdené
H2	Popularita športov sa štatisticky líši podľa pohlavia	Potvrdené
H3	Popularita športov sa štatisticky líši podľa veku	Nepotvrdené
H4	Socio-ekonomické faktory majú vplyv na subjektívnu popularitu športov	Potvrdené

Hlavné zistenia

Výskum ukázal, že **popularita športov úzko súvisí s ich spoločenským postavením a finančnou podporou**. Najvyššiu obľúbenosť si udržali futbal a hokej, ktoré sú zároveň najlepšie financované zo štátneho rozpočtu a majú najväčšiu členskú základňu.

Z analýzy pohlavia vyplynulo, že **muži dominovali v športoch s vyššou úrovňou súťaživosti a rizika** (futbal, motoršporty, hokej), zatiaľ čo **ženy inklinovali k technickým a estetickým športom** (tenis, volejbal, lyžovanie). Zároveň sa preukázalo, že **ženy vykazujú nižší „fan index“** – teda menšiu intenzitu emocionálneho a finančného zapojenia do športu.

Výskum tiež potvrdil, že **vyššie vzdelanie a stabilné zamestnanie pozitívne korelujú s vyššou účasťou na športe a fanúšikovstvom**, zatiaľ čo ekonomicky menej aktívne skupiny (študenti, dôchodcovia) sú v športe menej angažované.

Autori navrhujú, aby sa **indikátor popularity športu** stal integrálnou súčasťou rozhodovania o **finančnej podpore športových organizácií**. Popularita zvyšuje nielen počet fanúšikov, ale aj **členskú základňu klubov**, čím priamo prispieva k ich udržateľnosti.

Z praktického hľadiska štúdia odporúča:

- pravidelne merať popularitu športov prostredníctvom verejných prieskumov,
- prispôbiť marketing športových klubov demografickým skupinám (napr. mladé ženy – fitness a lyžovanie, mladí muži – futbal a motoršporty),
- využiť dáta o popularite na prilákanie sponzorov a investorov,
- posilniť menej populárne športy cieľovou propagáciou a školskými programami.

Záverom autori konštatujú, že **rast popularity športu vedie k rastu členskej základne, vyšším príjmom z verejných i súkromných zdrojov a tým aj k udržateľnejšiemu fungovaniu športových organizácií**. Navrhnutá metodika merania popularity športov môže slúžiť ako model pre tvorcov politik a manažérov športových organizácií na Slovensku aj v zahraničí.