

**BUDAPESTI GAZDASÁGI FŐISKOLA**  
**KÜLKERESKEDELMI KAR**  
**Marketing Mesterképzés SZAK**  
**Nappali tagozat**

**A Teqball bevezetése Magyarországon**

Készítette: Kapitány Gábor

Budapest, 2015.

## Tartalom

1. ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE .....	5
2. BEVEZETÉS .....	6
3. EGY ÚJ MÁRKA BEVEZETÉSE .....	8
3.1. Mi is az a márka? .....	9
3.2. A márka életútja.....	10
4. A TEQBALL.....	11
4.1. A történet röviden .....	11
4.2. A sport bemutatása .....	11
4.3. A vállalkozás bemutatása .....	13
5. A MAGYARORSZÁGI „SPORTOLÁSI LEHETŐSÉGEK PIACA” .....	14
5.1. Új belépők támadása.....	14
5.2. Verseny a már piacon lévők között .....	16
5.3. Helyettesítő termékek támadása .....	17
5.4. A vevők alkupozíciója .....	17
5.5. A szállítók alkupozíciója .....	18
6. A TEQBALL ELSŐ LÉPÉSEI .....	19
6.1. A bemutatkozás .....	19
6.2. A bevezetés történései .....	21
6.3. Új sportágak, új lehetőségek.....	25
6.3.1. A Futtoc .....	26
6.3.2. A Headis.....	27
6.4. SWOT-analízis .....	28
6.4.1. Strengths (erősségek) .....	29
6.4.2. Weaknesses (Gyengeségek).....	30
6.4.3. Opportunities (Lehetőségek).....	31
6.4.4. Threats (Veszélyek) .....	32
6.5. Lehetőségek a növekedés szakaszában.....	33
7. A KUTATÁS .....	35
7.1. Kvalitatív kutatás – mélyinterjúk elemzése .....	35
7.1.1. A minta.....	36
7.1.2. Az eredmények .....	37
7.1.3. A kvalitatív kutatás összegzése.....	47
7.2. A kérdőíves megkérdezés .....	48

7.2.1. Demográfiai jellemzők.....	48
7.2.2. A sportoláshoz kapcsolódó attitűdök .....	49
7.2.3. A magyarországi sportolási lehetőségek.....	52
7.2.4. A Teqballal kapcsolatos kérdések.....	55
7.2.5. Faktorelemzés .....	60
7.2.6. Klaszteranalízis .....	61
7.2.7. Keresztábrák.....	64
7.2.8. A kérdőíves megkérdezés összegzése.....	65
8. A DOLGOZAT ÖSSZEGRZÉSE.....	66
8.1. A hipotézisek értékelése .....	66
8.2. Javaslatok és vélemény a Teqballal kapcsolatban.....	68
8.3. Záró gondolatok.....	71
9. IRODALOMJEGYZÉK.....	72
10. MELLÉKLETEK .....	73
10.1. Kérdőíves kutatás .....	73
10.2. Mélyinterjú guide .....	77
10.2.1. Interjú I.....	78
10.2.2. Interjú II. ....	82
10.2.3. Interjú III. ....	87
10.2.4. Interjú IV.....	90
10.2.5. Interjú V. ....	94
10.2.6. Interjú VI.....	99
10.3. A klaszterek ANOVA táblája .....	103

# 1. ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

## Ábrajegyzék

1. ábra: Termék életgörbe.....	10
2. ábra: Teqball asztal.....	12
3. ábra: Porter-féle 5 tényezős modell.....	14
4. ábra: A Teqball elhelyezkedése a termék életgömbén.....	21
5. ábra: A Teqball promóciója.....	23
6. ábra: Teqball terem látványterv.....	24
7. ábra: Nemek szerinti megoszlás.....	48
8. ábra: Sportolás gyakorisága.....	49
9. ábra: Sportolásra költött összege havonta.....	50
10. ábra: A sport kiválasztását befolyásoló tényezők megoszlása.....	50
11. ábra: Elégedettségi szint a magyarországi sportolási lehetőségekkel kapcsolatban ....	52
12. ábra: Volt-e már tagja bármilyen egyesületnek?.....	53
13. ábra: Egyesületek jellemzői az eddigi tapasztalatok alapján.....	54
14. ábra: Egy teljesen új sport megmaradásának esélyei.....	55
15. ábra: Mennyit tudnak az emberek a Teqballról?.....	57
16. ábra: A Teqballt próbálok aránya.....	58
17. ábra: Kipróbálnák-e a Teqballt?.....	58
18. ábra: A Teqball sikeressége.....	59
19. ábra: A klaszterek diagramon való ábrázolása.....	62

## Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Hivatalos sportágak Magyarországon.....	15
2. táblázat: A Teqball főbb tevékenységei.....	19
3. táblázat: A Teqball SWOT-analízise.....	29
4. táblázat: A KMO és Bartlett teszt eredményei.....	60
5. táblázat: Esetek az egyes klaszterekben.....	61
6. táblázat: A klaszterek jellemzői.....	61
7. táblázat: Az életkor és a klaszterek kereszt táblája.....	64

## 2. BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témájának kiválasztásánál kettő fontos dolgot vettem figyelembe. Az első, hogy egy merőben új, rengeteg lehetőséget adó kérdést mutathassak be, amelyről a dolgozatot elolvasók sem gondolják azt, hogy sikerült az írónak valami ötlettelen, semmilyen újdonságot nem tartalmazó munkát összehozni. A második, hogy ez a témakör közel álljon hozzám és örömet leljem az írásban, hiszen e nélkül nem lehet jó munkát kiadni a kezeim közül.

Ezért esett a választásom egy új, innovatív vállalkozás bemutatására, amely nem más, mint a Teqball. Ez a név egyben a vállalkozás, egyben egy teljesen új játék neve is, a kettő egy és mégsem ugyanaz. Hogyan lehet egy vállalkozás nevében egy új sportágat is fejleszteni? Hogyan reagálnak az emberek arra, hogy ha a világ legnépszerűbb játékára (amely a foci) építünk egy teljesen új sportágat?

A kérdéskör bemutatásához azonban szükség volt a magyar emberek sportolási szokásainak, valamint az országban jelenlévő sportolási lehetőségeknek az érintőleges vizsgálatára is.

A labdarúgás mára a világ egyik legnagyobb üzletágává nőtte ki magát. A felgyorsult üzleti világban, ahol az információk elérése mindössze egy másodpercünkbe telik, már egyáltalán nem okoz problémát a világ másik végéről végigkövetni egy mérkőzést TV-n, vagy az interneten keresztül. Emberek milliói követik a világ legjobb bajnokságait, utánozzák a legnagyobb sztárok öltözködését és viselkedését egyaránt. És mi kellett ahhoz, hogy ez a sportág sikeres legyen? Egy jó ötlet és egy labda.

Ezt a hullámot szeretné meglovagolni a Teqball csapata is. Mi kell a Teqballhoz? Egy jó ötlet, egy speciális asztal és egy labda. A sportág a 2014-es világbajnokság kezdetén indult hódító útjára, és azóta már rengeteg országban bemutatkozott, de amivel én kiemelten foglalkoztam a szakdolgozat írása közben, az a játék Magyarországon történő bemutatkozása, a promóciók, a marketingtevékenységek és minden, ami egészen idáig hazai földön történt.

Vajon mit gondolnak az emberek erről a teljesen új fejlesztésről? Sikeres lehet a focit szeretők körében? Eljuthat olyan messzeségekbe, amilyenről álmodik? Az út nagyon rögös, de az esély az megvan rá.

Dolgozatom első felében elemzem a magyarországi sportszolgáltatások piacát a Porter-féle 5 tényezős modell szerint, bemutatom majd néhány „hasznos” sportág elindulását és fogadtatását a márkák bevezetéséről tanultak ismeretében, elemzem a Teqball

gyengeségeit, erősségeit, lehetőségeit és veszélyeit, valamint röviden bemutatom a vállalkozást és a piacbevezetést kísérő marketingaktivitásokat. Dolgozatom második felében, a tanult kutatási módszereket figyelembe véve egy kérdőíves megkérdezés és egy mélyinterjú kutatás alapján vonom majd le a következtetéseimet a magyar emberek sportolási szokásaival, a magyarországi sportolási lehetőségekkel, a Teqball magyarországi fogadtatásával és az emberek véleményével kapcsolatban.

A bevezetés végén nézzük az állításokat, amelyeket dolgozatom során szeretnék bizonyítani.

H1: A magyar emberek pozitívan állnak az új sportokhoz.

H2: A magyar sportszeretők alapvetően elégedettek a magyarországi sportolási lehetőségekkel.

H3: A Teqballnak minden esélye megvan arra, hogy sikeres legyen.

### 3. EGY ÚJ MÁRKA BEVEZETÉSE

*„A marketing művészete a márkaépítés művészete.”* (Philip Kotler)

A terület legnevesebb képviselője, a világ összes szakembere által olvasott Marketingmenedzsment szerzője, a marketing legmegbecsültebb szakértője, a minden marketinges által nagyra becsült Philip Kotler mondta ezt. Akkor valószínűleg van valami valóságalapja és hinnünk kell neki.

A Teqball pontosan ezt az útmutatót használja a mindennapok során. Nem a marketingcélok viszik előre az ötletet, hanem az ötlet viszi előre a marketingcélokat. És hogy miért állt elő egy egészen speciális helyzet a Teqball esetében? A világon szinte egyedülálló az, hogy egy név egyben lefed egy sportágat és egy márkát is. Mindössze néhány példa, néhány új sportág próbálkozik ugyanezzel. Hiszen gondoljunk csak bele: milyen lenne az, hogy ha Tiger Woods Golf márkájú ütővel nyerné meg a versenyeit Golf márkájú ruháiban feszítve? Vagy milyen lenne, hogy ha Angliában a csapatok Football márkájú labdával és mezben lépnének pályára? Egészen érdekesen hangzik.

Azért is érdekes, mert „a márka működésének javát a fejünkben végzi” (Cheverton, P. idézi Papp-Váry, Á. 2013, 21. o.). „El kell ültetni a magot”, és ha ez megvan, akkor a márka egyes megjelenései egy hatalmas képpé, egy személyiséggé alakulnak át a fogyasztó fejében. Ez a személyiség pedig vagy eléri a célját és szimpatikus lesz, vagy pedig nem.

A Teqball egy teljesen új sportág, amelynek végső célja az, hogy bekerüljön az olimpiai játékok közé. A játéknak van külön logója, egyetlen vállalkozás kezében összpontosul a gyártás, a versenyek szervezése, a szövetségek létrehozása és ezen a vállalaton megy majd keresztül az összes rendelés, kivétel nélkül az egész világon. Egy Teqball nevű márka és egy Teqball nevű játék népszerűsítése mindenhol.

Ebben a sportban nem lesz lehetetlen Teqball ruhában állni az asztal mellett, egyedi, Teqball labdát fogva a kézben, miközben a Teqball márkájú asztalon játszanak az emberek, a pihenőkben természetesen Teqball márkájú törölközőkben megtörölve arcukat. Egészen elképesztően hangzik leírva is, hát, ha még belegondolunk abba, hogy ez egy teljesen egyedi és új lehetőséget szül a márkaépítés területén.

Mi az, amit a Teqballnak tennie kell, hogy sikeres legyen a márka? A sport bevezetésénél különbséget kell tenni, hiszen (Papp-Váry szerint [2013, 27. o.]):

- a fogyasztó érzékelése és tapasztalata a márka, amely így az eredmény egy vállalkozás számára,

- a folyamat pedig a márkázás, amely során szeretnénk befolyásolni a fogyasztók fejében kialakuló képet.

Ebben a fejezetben a márkák bevezetéséről lesz szó általánosságban néhány, a Teqballhoz hasonlóan új sport megismerésén keresztül, figyelembe véve célkitűzéseiket és a piaci bevezetés óta elért eredményeiket.

### **3.1. Mi is az a márka?**

Mi kell ahhoz, hogy valaki sikeressé tudjon tenni egy új sportágat? Először azt gondolhatná az ember, hogy a legelengedhetlenebb dolog az a pénz. Természetesen pénz és kapcsolatok is kellenek, de ami igazán fontos, az egy jó ötlet.

Ha van egy jó ötlet, egy jó név, egy adag szerencse és hatalmas kitartás, akkor szinte már nyeregben is vagyunk. De ne szaladjunk ennyire előre, hiszen van néhány fontos dolog, amit tisztázni kell.

„Kívülről nézve a márka nagyon egyszerű. Úgy tűnik, nem áll másból, mint egy nem túlságosan bonyolult, gyakran túlzó igényt megfogalmazó mondatból vagy szlogenből, egy színből, vagy megkülönböztető formájú logóból, ami szinte már idegesítően és megszállottan jelen van mindenhol, és mintegy véletlenül odatapad minden látható helyre. A valóságban azonban (...) a márka nem is olyan egyszerű jelenség. Az igazság az, hogy nagyon is összetett” (Olins, W. idézi Papp-Váry, Á. 2013, 18. o.).

Nem vagyunk könnyű helyzetben akkor, amikor a márkákat elemezni kell. Annyira összetettek ugyanis, hogy már-már olyan, mintha egy ember személyiségét szeretnénk teljesen felszínre hozni.

„A Starbucksért sorban álló emberek nem csupán a kávéra várnak” (Shultz, H. idézi Cheverton, P. 2002, 7. o.). A márka sokkal több annál, minthogy az ember leemel a polcról egy szimpla terméket.

(Cheverton [2002]) szerint a márka:

- az eredetiség biztosítéka;
- a teljesítmény ígérete;
- az elégedettség használat közben;
- társadalmi elismerés;
- saját magunk megtalálása.

Mindenkinek vannak ugyanis kedvenc márkái, amikről vagy csak a legvégső esetben, vagy pedig soha nem mondana le. Amikor valaki a Teqballt márkaként emlegeti, arra



gondol, hogy feltörekvőben van egy új sportág, amelynek a neve megegyezik az asztal márkájával, amely rengeteg, sportolás közben felvehető kiegészítőt tervez piacra dobni a saját márkanévvel, és amely pontosan ezért szinte egyedülálló az egész világon.

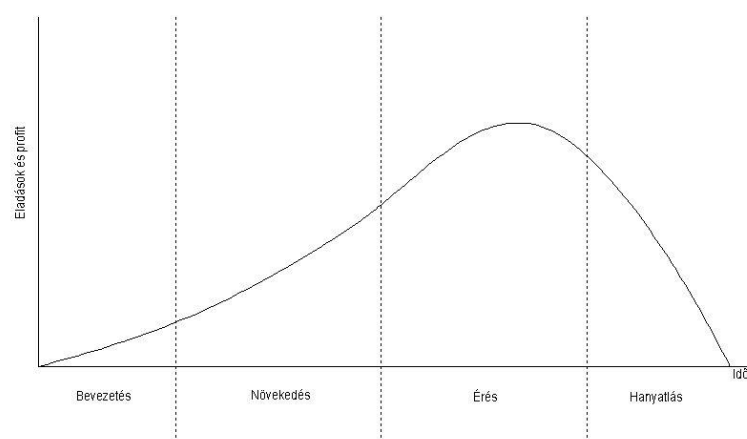
Hogyan alakítjuk ki a képet a saját márkánkról? A imázsnek különböző összetevői vannak, mint például a hitelességi, azonosítási összetevők, amelyek szerint egy jó márka megbízható és hiteles, a megkülönböztető – védő funkciók, amelyek segítenek a márka megkülönböztetésében, valamint az érzelmi és kommunikációs összetevők, amelyek kifejezik a termék alapvető értékeit, a problémát, amit a termék megold, valamint vágyat ébresztenek a termék iránt (Brávác, I. 2010/11. I. félév, Márkatervezés, márkaépítés előadás).

A Teqball szeretne olyan képet kialakítani magáról, amely az emberekben bizalmat kelt. A későbbi SWOT-analízisnél azonban felsorolok majd néhány gyengeséget, amely alapjaiban véve a bizalom elvesztését is eredményezheti már a kezdeti időkben.

### 3.2. A márka életútja

Csakúgy, mint a termékeknek, a márkáknak is van életútjuk, amelyet szintén a termék életgörbével szokás bemutatni. Az egyes szakaszokban más-más stratégiát kell követni, hogy a termék/márka minél tovább sikeres maradjon.

## Termék életgörbe



**1. ábra: Termék életgörbe**

(Forrás: [http://images.slideplayer.hu/8/2282861/slides/slide\\_28.jpg](http://images.slideplayer.hu/8/2282861/slides/slide_28.jpg), letöltve: 2015. 09. 14.)

(Cheverton [2002, 109. o.] szerint a márkák és a termékek szinte ugyanolyanok, mint az élőlények, hiszen megszületnek, megnőnek, megérnek, egy idő után megöregednek, hanyatlásnak indulnak, majd pedig meghalnak. A Teqball jelen pillanatban még csak cseperedik, hiszen nem sokkal a bevezetés után tart, de a cég alkalmazottai már most tudják azt, hogy olyan sokáig szeretnék „életben” tartani a játékot, ameddig csak lehetséges.

Vannak feledésbe merült sportágak és olyanok is, amelyeket csak nagyon kevesen játszanak, de ha egy sportág igazán nagy népszerűsége tesz szert, akkor akár az emberiség teljes életútját végigkövetheti. Ez a célja a Teqballnak is és hiába tekinthető egy teljesen egyedüli ötletnek, van néhány sport, amely körülményeit és jellegét tekintve összehasonlítható vele. Ezek a sportágak a Futtoc és a Headis, amelyek életútjukat tekintve a bevezetés után, már a növekedés szakaszában tartanak, azonban közel sem nevezhetők világhírűnek, sőt még talán híresnek sem.

## **4. A TEQBALL**

Ahhoz, hogy a szakdolgozatom mindenki számára értelmet nyerjen, elengedhetetlen, hogy röviden bemutassam a téma alapkövét, a Teqballt. Ez egy teljesen új, innovatív sport, amely használatához kell egy eszköz, amely a Teqball asztal.

### **4.1. A történet röviden**

A Teqball közel másfél éve került be a köztudatba, ugyanis a két magyar feltaláló és a mellettük álló csapat a 2014-es világbajnokság kezdetére időzítette a bemutatását.

A kezdeti időszakban rengeteg rendezvényen, sporteseményen jelentek meg a vállalkozás képviselői, hogy a lehető legmagasabb szinten mutassák be ötletüket a nagyközönségnek.

Jelen pillanatban az elsődleges tevékenység a termék bemutatása, valamint népszerűsítése a célországokban (Magyarországon is), hogy amikor hamarosan beindul az értékesítés, minél többen szánják rá magukat a vásárlásra. A cég következő lépése az asztalok tömeggyártásának tökéletesítése lesz, utána pedig a kiegészítők forgalomba hozatala.

### **4.2. A sport bemutatása**

Ahhoz, hogy ténylegesen is átlássuk, hogy a Teqball miért tud újdonságot nyújtani a sportszolgáltatások piacán, olvassuk el Huszár Viktor, a technikai ötletgazda szavait:

A Teqball egy, a futballon alapuló új, innovatív sporteszköz, ami a futball készséget, a futball technikai tudását segít fejleszteni úgy, hogy közben – egyidejűleg – fejleszti az eszközt használó játékos koncentrációs képességeit, valamint gyors döntéshozatalt kíván meg. Ezáltal a Teqball egy technikai, technológiai sporteszköz, amivel a futballisták fizikai és szellemi képességeiket fejleszteni tudják. Mivel maga az eszköz fizikailag igénybe veszi a játékost, ezért többek között kiváló kiegészítő is lehet a futball játékosok számára, mint edzést segítő eszköz. Az eszközzel való játék folyamatos igénybevételt jelent, mind fizikai, mind szellemi állapotot javít. Egyénileg, párban illetve akár több személy is tud egyszerre, feladattól függően gyakorolni az eszközzel. Azonban ez nem csak a rendszeresen sportolóknak szánt újítás, hanem akár időközönként, mozgásra vágyó, futballt szerető emberek is tudják használni (Huszár, V. *personal communication* 2015. szeptember 3.).



## 2. ábra: Teqball asztal

(Forrás: Teqball Kft.)

A vállalkozás ezzel az új sporttal rengeteg mindenkinek kedvezhet, hiszen a célcsoportok közé tartoznak a sportklubok, futballcsapatok (kiemelten az utánpótlásképzésben – a cég hangsúlyozza is, hogy a legfőbb cél, hogy a termék kiegészítőként szolgáljon a labdarúgóknak, képességeik fejlesztésére), a fitness termek, szabadidőközpontok, iskolák, parkok, strandok, de még a hotelláncok is (nem említve azokat a magánszemélyeket, akik megengedhetik maguknak az asztal megvásárlását). Mondhatni, a termék sikerre született, de egy startup számára az út nagyon nehéz.

### 4.3. A vállalkozás bemutatása

A cég állandó jelleggel 12 főt foglalkoztat, így viszont már nem mikro, hanem kisvállalkozásnak tekinthető. Az állandó munkavállalók felosztása a következőképpen néz ki:

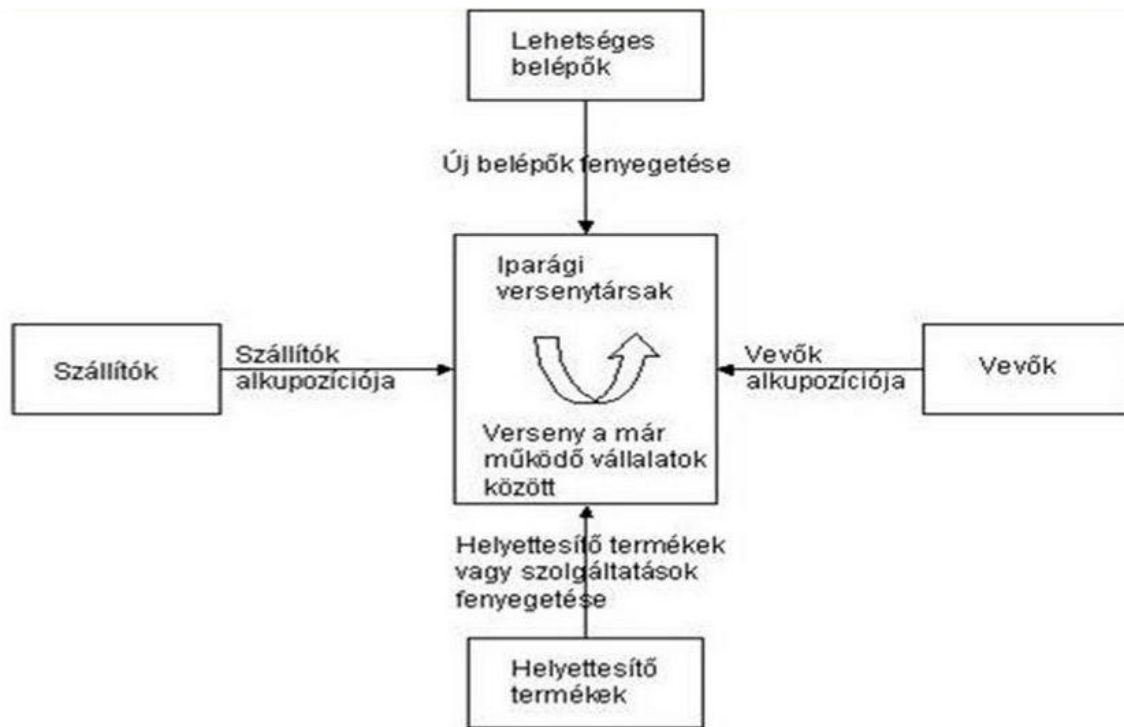
- *2 feltaláló*: a két feltaláló különböző módon osztja meg egymással a feladatokat, természetesen minden fontos kérdésben ők hozzák meg a döntéseket;
- *1 pénzügyes*: minden pénzügyi feladatot ő intéz a számlák kiállításától a bérek elutalásán keresztül az alvállalkozók kifizetéséig;
- *3 mérnök*: az ő feladatuk a termékek tökéletesítése, valamint a kapcsolattartás a gyártórészlegekkel;
- *1 médiaért felelős munkatárs*: minden médiaanyag rajta fut keresztül, ő készíti és vágja össze a videókat, készíti a képeket, stb.;
- *5 project manager*: gyakorlatilag az ő kezükben vannak a promóciókkal kapcsolatos tevékenységek, a marketingfeladatok, valamint a logisztika.

A Teqball startupként működik, a munkák között rengeteg átfedés van, így mindenki belelát mindenki tevékenységébe és ugyan már körvonalazódnak a feladatkörök, de a termék értékesítésének teljes körű beindításáig ez valószínűleg így is marad.

A cég természetesen külső munkatársakat is alkalmaz, állandó jelleggel dolgozik a sportág sikerén egy designer csapat, egy könyvelő, több ügyvéd és természetesen a gyártásért felelős egységek.

## 5. A MAGYARORSZÁGI „SPORTOLÁSI LEHETŐSÉGEK PIACA”

(Porter [idézi Józsa, L. 2014, 94. o.]) alapján a verseny erősségét, adott piacon a következő elemek szerint különítjük el.



3. ábra: Porter-féle 5 tényezős modell

(Forrás: [http://images.slideplayer.hu/8/2037443/slides/slide\\_16.jpg](http://images.slideplayer.hu/8/2037443/slides/slide_16.jpg), letöltve: 2015.09.25.)

A Teqball számára ennek a modellnek a megvizsgálása nagyon fontos, hiszen kiderül belőle, hogy mekkora eséllyel veheti fel a versenyt egy gyerekcipőben járó sportág az évek, évtizedek óta szeretett és űzött sportokkal.

### 5.1. Új belépők támadása

(Józsa [2014, 94. o.]) szerint a piacokon megjelenő vállalkozások új tőkét és új termelőkapacitást jelentenek, céljuk pedig minden esetben egy előre meghatározott piaci részesedés elérése. Megjelenésükkel ellencsapásokra, versenyfokozó lépésekre kényszerítik a már piacon lévőket, ezáltal pedig növekedik a vállalati költségek szintje és csökken a profit.

A sportoknál azonban egészen más a helyzet. Magyarország mindig is hihetetlen mértékben volt ellátva tehetségekkel, gondolkodókkal, kreatív emberekkel. Amennyiben egy sport szerethető, játszható és mindez Magyarországról indul, akkor a többi sportág

segíteni fogja ennek a fejlődését. Főleg, hogy ha ez az új sport jelentős mértékben köthető a labdarúgáshoz. A Teqball egyik lehangsúlyosabb pontja, hogy nem ellenfele, hanem kiegészítője szeretne lenni a labdarúgásnak, hiszen a játék élménye mellett a játékosok nagyon sokat fejlődhetnek és ez kiaknázható például az utánpótlásban.

A Magyar Olimpiai Bizottság két különböző csoportra osztja hivatalos sportjátékokat:

### 1. táblázat: Hivatalos sportágak Magyarországon

Olimpiai sportágak	Nem olimpiai sportágak
Asztalitenisz, Atlétika, Birkózás, Curling, Evezés, Gyeplabda, Íjászat, Jégkorong, Judo, Kajak-kenu, Kerékpár, Kézilabda, Kosárlabda, Labdarúgás, Lovaglás, Ökölvívás, Öttusa, Röplabda, Sízés, Strand röplabda, Sportlövészet, Súlyemelés, Szabad síelés, Tenisz, Rugby, Taekwondo, Tollaslabda, Torna, Triatlon, Úszás, Vitorlázás, Vívás, Sílövészet (Biatlon), Golf, Bob és sikeleton, Korcsolyázás, Hódeszka – Snowboard, Szánkó, Szörf, Vízilabda	Baseball és Softball, Billiárd, Bowling és Teke, Bridzs, Búvár-úszás, Darts, Élet és Vízi mentő, Erőemelő, Fallabda, Floorball, Gó, Golyósportok, Hegy és Sportmászó, Hullámlovás és Kitesurf, Karate, Kendo-Iaido, Kick-box, Korfbal, Kung Fu, Autósport, Kutya sport, Lábtenisz, Minigolf, Modellező, Motoros Vízisport, Motorsport, Nanbudo, Görkorcsolya, Rádióamatőr, Repülő, Sakk, Sárkányhajó, Sportturisztika, Sumo, Tájékoztató futás, Táncsport, Testépítő és Fitness, Vízisí és Wakeboard, Horgász sport, Frizbi, Ugróköteles, Láb toll-labda, Amerikai football, Nordic Walking, Lovaspoló, Szekander, Kempo, Kajak-kenu vad vízi, Lovas sport, Kajak-kenu maraton

(Forrás: <http://www.mob.hu/olimpiai-sportagak> és <http://www.mob.hu/nem-olimpiai-sportagak>, letöltve: 2015.09.26.)

Hogy mi ezekben a sportokban a közös? Hogy kivétel nélkül vannak szövetségeik, kivétel nélkül lehet egyesületekben ülni őket és lehet az emberből hivatalos játékos. Ez a Teqball esetében nem lehetséges, hiszen ahhoz, hogy egy új sport szövetséget tudjon alakítani, ahhoz egy országon belül léteznie kell minimum 10 működő sportegyesületnek. Ha ez megvan, sikeresen létre lehet hozni egy magyar szövetséget, majd lehet gondolkodni a

nagyobb horderejű szövetségben is. Ha ugyanis 3 országban létrejött az országos szintű szövetség, akkor lehet nemzetközi szövetséget létrehozni.

Ezek alapján jogosnak tűnik, hogy nem találjuk a Teqballt a felsorolt sportágak között, azonban mindezek ellenére is úgy gondolom, hogy ez a sport már jelen van a sportéletben. (Józsa [2014, 95. o.] szerint a versenytársak reakciói között lehet az új belépő közös erejű kiszorítása a piacról. Sportágak esetében azonban ez másként működik. Az a sportág, amely nagy népszerűségnek örvend, egyre többen próbálják ki és folyamatos fejlődésnek van kitéve, nagy eséllyel soha nem fog eltűnni a süllyesztőben. Ez a piac elsősorban nem a pénzről szól, hiszen mint korábban már említettem, a sportágak nem fednek le egyetlen márkát, mint a Teqball esetében, hanem rengeteg lehetőség közül lehet választani. Ezért a mondható az, hogy a Teqball egy teljesen üres rést próbál megcélolni, hiszen ha sportként sikeres lesz, akkor márkaként is a piac élére röpkölhet.

## **5.2. Verseny a már piacon lévők között**

(Józsa [2014, 97. o.] arról ír, hogy alapvetően négy különböző típusba lehet besorolni egy piacot a szerkezete alapján. Ezek a típusok:

- tökéletes verseny;
- monopólium;
- oligopólium;
- monopolista verseny.

A sportpiacot besorolni ezek közé egyáltalán nem nehéz, hiszen a jellemzői alapján kijelenthető, hogy a tökéletes verseny és a monopólium keverednek egymással, ebben az esetben pedig monopolista versenyről beszélhetünk.

Jellegzetességei, hogy a piacon sok a vevő, az „eladók” termékeit tökéletesen meg lehet különböztetni egymástól, a piac belépési gátja alacsony és a piaci előny 4P jellegű.

A magyarországi sportpiacon nagyon sok versenytárs van, akik kiegészítik és segítik sokszor egymást, de ettől függetlenül minden sportág szövetségében azt szeretnék, ha az ő sportjuk utánpótlását erősítenék a fiatalok, hogy az ő sportáguk tudjon magasabb szintre emelkedni ezáltal.

Ezért indult útjára 2007 szeptemberében a Nagy Sportágválasztó<sup>1</sup> nevű rendezvény, amelynek célja, hogy a kilátogatóknak minél szélesebb rálátást biztosítson adott sportágakra. A rendezvény mára annyira kinőtte magát, hogy a budapesti helyszínen kívül

---

<sup>1</sup> <http://www.sportagvalaszto.hu/index.php?m=14310> (olvasva 2015.10.19.)

vidéken is megrendezésre kerül, és egy esemény alkalmával közel 100 sportágot próbálhatnak ki és tekinthetnek meg az érdeklődők.

A képviselőknek pedig mi más lenne a céljuk, mint hogy minél nagyobb kedvet csináljanak az érdeklődőknek a játékra, lehetőséget teremtve ezzel a későbbi folytatásra is. Ezen a rendezvényen élesben, egymás mellett versenyeznek a sportágak a fogyasztók kegyeiért, persze nem lehet elmenni a befektetett pénzek mellett sem. A labdarúgás a világ legnépszerűbb játéka, amelynek hatalmas utánpótlásbázisa van nemcsak Magyarországon, hanem a világ összes országában egyaránt. Kijelenthető, hogy hazánkban is a foci a legnépszerűbb és legszeretettebb sport, ezért is szeretne a Teqball egy olyan élvezhető és fejlesztő játékot meghonosítani, amely alapjaiban véve a labdarúgásra épül.

### **5.3. Helyettesítő termékek támadása**

A világ piacainak nagy többségére jellemző, hogy a termékek helyettesíthetőek más termékekkel. Ez hatalmas veszélyt jelent általában, azonban a sportok piacára egészen más jellemző.

A sportolás már az ókori Egyiptomban, Mezopotámiában, Kínában és Görögországban is jelen volt, méghozzá úgy, hogy tényleg célja volt a versengésnek, hiszen hol a dicsőség, hol pedig valamilyen komolyabb kérdés/vita eldöntése történt ezzel.

Az őskorban az emberek rá voltak kényszerítve arra, hogy használják testüket, hiszen megtanultak úszni, vadászat közben pedig futottak, majd íjakat használtak a vadak elejtéséhez.

A sportok tehát folyamatosan fejlődtek, az idő folyamán újak és újak jelentek meg, a TV és a rádió elterjedésével pedig az egész világon egy hatalmas, hihetetlenül szerteágazó, rengeteg pénzt megmozgató iparágga alakultak. Az alapsportokat nem fogja helyettesíteni semmi, véleményem szerint az összes új dolog, ami megjelenik a piacon, ezekre az alapokra fog építeni. Az új sportok azonban ötleteket adhatnak egymásnak, fejleszthetik, sőt helyettesíthetik is a fiatal, gyerekcipőben járó sportágakat. Ezért oda kell figyelni, hogy egy új ötlet teljesen egyedi, leutánozhatatlan legyen.

### **5.4. A vevők alkupoziója**

(Józsa [2014, 100. o.] szerint a vevők nagyon sok esetben erős piaci pozíciót foglalnak el. Ez a sportolási lehetőségeket figyelembe véve is egy érdekes kérdés. Véleményem szerint itt ugyanis kettő fajta vevőről beszélhetünk:

- aki igénybe veszi a szolgáltatást és úzi a sportot;



- aki nézi a sportot és fizet ezért.

Az első esetben arról van szó, aki igénybe vesz egy sportot, de nem keres vele pénzt, tehát nem sportoló. Ebbe a kategóriába tartozik a legtöbb ember, ilyenkor pedig természetesen fizetni kell a pálya és a használandó eszközök bérléséért, az eszközök esetleges megvételeért, stb. Az átlagfogyasztó a számára időben, minőségben és pénzben megfelelő lehetőséget fogja választani. Ha valaki egy squash terem bérlését a piaci árakhoz képest drágán kínálja, akkor elég erős eséllyel nem fognak hozzá járni. Ide tartoznak továbbá az utánpótlásban edződő fiatalok is, akiknek a szülei/támogatói általában havonta fizetnek tagdíjat az egyesületeknek.

A másik kategória akik nézik a sportot és fizetnek ezért. Ezek az emberek sporteseményekre, meccsre járnak, vagy előfizetnek olyan sportadókra, amelyeket követni szeretnének.

Mindkettő esetben alacsony a vevők alkupozíciója, hiszen az adott árakat a versenytársak, a sportág, az egyesület minősége szabja meg. Drágábban megy el valaki egy színvonalas eseményre, minőségi szolgáltatást kapva, mint egy alacsony nivójú rendezvényre, adott esetben szerényebb körülmények közé (természetesen figyelembe véve a szurkolók ragaszkodását és érzelmi kötődését is adott sportágak és egyesületek iránt).

A Teqball esetében ez azért érdekes, mert a játékhoz venni kell egy „viszonylag” drága eszközt, amelynek az ára ugyan megtérül a játék élvezhetősége és minősége miatt, de az átlagemberek nem engedhetik meg maguknak. Ezért amikor a piacon lesz a termék, érdekes lesz majd a magyarországi érdeklődők visszacsatolása az árakat illetően, hiszen ha a fogyasztó drágának találja majd, akkor nem fogja megvenni.<sup>2</sup>

### **5.5. A szállítók alkupozíciója**

(Józsa [2014, 101. o.] szerint a szállítók alkupozíciója akkor erős, ha a számuk alacsony, nincsenek helyettesítő termékek, a vásárlók csak többletköltség révén válhatnak partnert, vagy az általa előállított terméket képes önmaga feldolgozni.

Ezen a piacon a beszállítók száma sok, a kínálat pedig fokozatosan bővül. Ahhoz, hogy valakinek az alkupozíciója erős legyen, folyamatos javulásra van szükség, így nem csoda, hogy a szolgáltatások és termékek minősége egyre jobb, fokozatosan fejlődik.

---

<sup>2</sup> A Teqball egységárakat szab meg minden országban, ahol piacra kerül

## 6. A TEQBALL ELSŐ LÉPÉSEI

Az ötlet születésétől egészen a mostani pontig, egy táblázat foglalja össze a legjobban azt, hogy mi is jellemzi a Teqball életútját:

2. táblázat: A Teqball főbb tevékenységei

2009 -2013	2014	2015-től
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Megszületik az ötlet</li> <li>• A termék méreteinek, paramétereinek folyamatos tesztelése és véglegesítése</li> <li>• Prototípusok legyártása és tesztelése</li> <li>• A cég megalakulása</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Végző prototípus elkészítése</li> <li>• Júniusban a termék nyilvánossá tétele (közösségi finanszírozás)</li> <li>• A Kft. irodájának bővülése</li> <li>• Promóciók               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Magyar és külföldi rendezvényeken, kiállításokon való megjelenés</li> <li>○ Első Hivatalos Teqball Terem megnyitása (Aqua world, Budapest)</li> <li>○ Első egyetemi Teqball kupa lebonyolítása</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az első generációs prototípus sorozatgyártása</li> <li>• Termék nyitása belföldön és külföldön</li> <li>• „Melléktermékek” gyártásának elindítása</li> <li>• Promóció folytatása</li> </ul>

(Saját szerkesztés)

A termék bevezetése előtt a vállalkozásoknak a feladatuk, hogy a megfelelő K+F kíséretével kialakítsák a tökéletes terméket. Nem meglepő ennek ismeretében az, hogy a Teqball asztal nagyon sok változáson ment keresztül addig, amíg nem körvonalazódott például az ív és az asztal pontos méretei.

A prototípusok elkészítése és a gyártó megtalálása mellett azonban nagyon sok tárgyalás zajlott ügyvédekkel is, hogy melyek lennének a tökéletes lépések a vállalkozás megalakítására és az ötlet levédésére. Rengeteg tárgyalás, rengeteg bemutató és rengeteg befektetőjelölt után azonban a 2013-ban megalakult cég úgy döntött, hogy a 2014-ben elindítja a projektet.

### 6.1. A bemutatkozás

A Teqball a 2014-es évben megrendezett világbajnokság kezdetére időzítette a termék bemutatását, mondván, hogy ha minden szem a focira szegeződik, akkor egyből sikeres lesz egy labdarúgás alapuló újdonság is.

Ezért az alapítók azt gondolták, hogy a Kicksarter<sup>3</sup> oldalán meghirdetni a projektet, semmiképp nem lehet rossz ötlet. A közösségi finanszírozás lényege, hogy az emberek egymásnak segítenek beindítani a projektjüket. Akinek tetszik egy ötlet, az akár csak néhány dollárral is segítheti a választott vállalkozást. Ezt teszi a Kickstarter is. Az oldalon megtalálható projektek mindegyike megegyezés szerinti százalékot fizet nekik a bejövő támogatásból.

Minden egyes projekt megszab egy pénzbeli összeget, amelynek elérése képessé teszi arra, hogy beindítsa a vállalkozását és megvalósítsa az ötletet. Ez a pénzbeli határ néhány vállalkozásnak nagyon könnyen összejön, néhánynak soha. A projektek pedig úgynevezett „awardok”-at kell adjanak a támogatóiknak, bizonyos összegek adományozása esetén mást és mást.

A Teqball nem szabott meg nagyon magas pénzügyi határt, azonban a várt siker elmaradt, sőt, a megszabott határ közelébe sem lépett a vállalkozás támogatására összegyűjtött összeg. Az „awardok” elhanyagolhatók voltak, hiszen akinek tetszett az ötlet, az nagy valószínűséggel úgy sem tudta akkora összeggel támogatni a projektet, hogy elnyerjen például egy egyedi, neki tervezett asztalt,

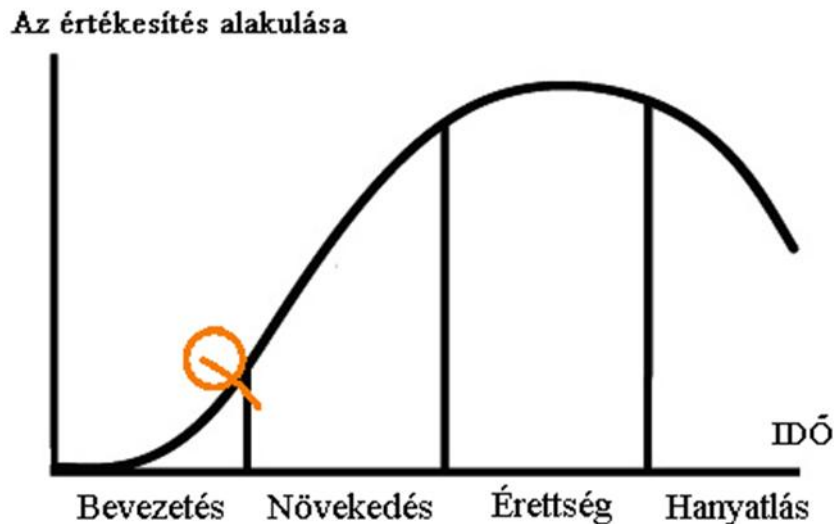
A szomorkodás azonban nem célravezető, így tanulva az elhibázott első lépésből, a Teqball inkább a promócióra fektette a hangsúlyt.

---

<sup>3</sup> <https://www.kickstarter.com/> (olvasva: 2015.10.26)

## 6.2. A bevezetés történései

A Teqball a termék életgörbén elfoglalt pozícióját tekintve azt mondható, hogy már nem a bevezetés, hanem a növekedés szakaszában jár.



**4. ábra: A Teqball elhelyezkedése a termék életgörbén**

(Saját szerkesztés)

Nézzük, mi jellemezte a Teqball tevékenységét és piaci helyzetét a bevezetés szakaszában:

Versenyhelyzet: a versenyhelyzetet tekintve a Teqball egészen kiváló pozíciónak örvendett a bevezetés alatt is. A vállalkozás ugyanis azt hangsúlyozta ki a leginkább, hogy ez a sport tökéletes kiegészítője a labdarúgásnak. Ennek érdekében rengeteg nemzetközileg is elismert játékost és edzőt kerestek meg a vállalkozás emberei, hogy mondják el szakvéleményüket a játékról. A kapcsolati tőkének köszönhetően sikerült elérni olyan embereket, akik nagy névnek számítanak, ez pedig biztosítja az előnyt a versenytársakhoz képest.

A Teqball játékban, valamint életútját tekintve is a korábbiakban már említett Futto és Headis nevű játékokat tartja elsődleges vetélytársának. Az egyetlen, de mégis számottevő különbség a fő versenytársakhoz képest az, hogy a vállalkozás vezetői mernek hatalmasat álmodni és hisznek abban, hogy sikerül elérni a céljukat.

Profit: a bevezetés szakaszában „nincs profit, magas a termelési ár és a marketingköltség” (Józsa, L. 2014, 262. o.). A mondat 2/3-a a Teqballra is igaz. A cég ugyanis nem termel

profitot és a termékek előállítási költsége a sorozatgyártás beindulásáig egészen magasnak tekinthető. Amíg nincsenek ugyanis gépsorok, amelyek naponta akár több száz asztalt is képesek lennének elkészíteni, addig a jelenlegi, magas előállítási költségekkel kell dolgozni.

Ami viszont nem igaz a Teqballt illetően, azok a magas marketingköltségek. A cég ugyanis egy forintot sem fizetett idáig promócióra. A rendezvények, ahol megjelent, vagy fizettek azért, hogy ott legyen a vállalkozás, vagy pedig a kapcsolatoknak köszönhetően ingyenesen lehetett megjelenni.

Terméktervezés: a bevezetés szakaszában a termék gyakran változik, a modellek száma pedig korlátozott. A Teqball a végleges termék elkészüléséig, több mint öt különböző gyártóval dolgozott együtt és ezek a gyártók összesen több, mint 8 darab prototípust készítettek. Abban az esetben, ha egy teljesen új dologról van szó, a mérnököknek látniuk kell elkészült darabokat és ezek közel sem biztos, hogy tökéletesek lesznek. Ezeknek a prototípusoknak az előállítási költsége sokszorosa a sorozatgyártásban elkészülő, végleges daraboknak.

A vállalkozás gondolkodik többféle asztaltípus elkészítésén is, hiszen a felhasználóknak szükségük van arra, hogy azt lássák, egy vállalkozás képes megújulni.

Pontosan ezért van lehetőség, egyedi asztal elkészítésére is, valamint a vállalkozás gondolkodik limitált szériás asztalok legyártásán is.

Ár: a vállalkozás egy olyan árat szabott meg a terméknek, amelyet „átlagos” fizetéssel rendelkező emberek nem tudnak megfizetni. Az asztal ára ugyanis egységesen 2400 Euró. Ez az ár roppant magas, azonban ennek ellenére nagyon sok futballklub, önkormányzat, strand és magánember jelezte már most vásárlási szándékát.

Kommunikáció: kommunikációját tekintve a vállalkozásról elmondható, hogy a marketingköltségek visszaszorítása miatt elsősorban a vírusmarketingre koncentrált. Mit hangsúlyoz a leginkább? Hogy kiegészítője a labdarúgásnak.

Ez az, ami miatt nagyon sok szakember is mellé állt, hiszen ez nem csak egy légből kapott állítás, hiszen a játék valóban képes fejleszteni a játékosok technikáját, koncentrációját és ügyességét is egyben.

Ezt hangsúlyozta a Teqball minden egyes magyar és külföldi rendezvényen, ahol sikerült megjelenni. A vállalkozás részt vett külföldön:

- az NSCAA kiállításon, Philadelphiában;
- az ISPO-n, Münchenben;
- a Soccerex fesztiválon, Manchesterben;
- a Hotel Show-n, Dubaiban;
- az Elite Sports Performance-en, Londonban
- és a Sports Analytics Innovation Summit-on, szintén Londonban.

Ezenkívül olyan cégek keresték meg, hogy jöjjenek el bemutatót tartani, mint például az Adidas, amely a saját németországi főhadiszállására, Herzogenaurachba hívta meg a vállalkozás embereit.

A promóció Magyarországon is nagyon sikeres volt, hiszen olyan fesztiválokon sikerült megjelenni, mint a:

- Sziget Fesztivál;
- Balaton Sound;
- Volt Fesztivál;
- East fesztivál;
- és Campus fesztivál.



**5. ábra: A Teqball promóciója**

(Forrás: Teqball Kft.)

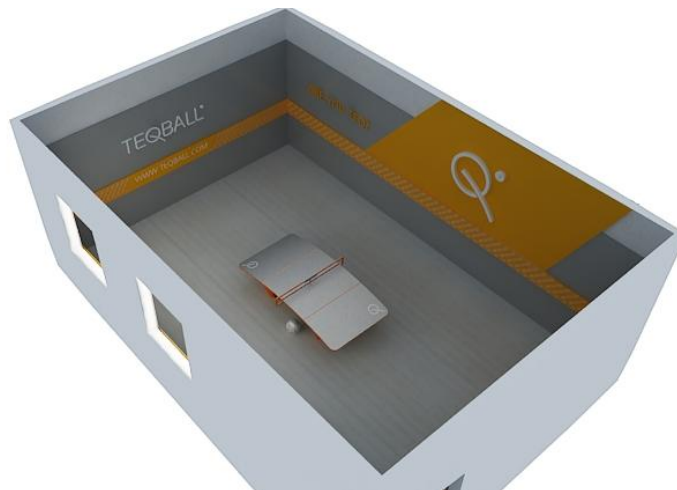
Ezek mellett pedig sikerült a Coca-Cola magyarországi képviselőivel közösen megvalósítani egy egyetemi bajnokságsorozatot, létrehozni egy magyar sztárokkal fémjelzett bajnokságot, valamint a legnépszerűbb magyar csapat, a Ferencváros összes hazai mérkőzésén kint lehetett az asztal, megadva a lehetőséget bárkinek arra, hogy kipróbálhassa.

A vállalkozás elérte azt, hogy több európai csapat is használja edzésre a termékét, Angliában a Southampton, Franciaországban a Montpellier, Oroszországban a Dinamo Moszkva, Cipruson pedig az Apoel Nicosia első csapatának tagjai fejlesztik tudásukat az eszköz segítségével (ezek az asztalok brandingelt, ingyenesen odaadott termékek voltak, a reklám érdekében).

A Teqball nagyon nagy hangsúlyt fektet a social mediára is, ennek köszönhetően pedig sikerült megjelenni például a nemzetközi szinten milliós követővel rendelkező SportBible oldalán is.

A rengeteg hírnek, megosztásnak és kapcsolatoknak köszönhetően nagyon sok cikk és TV-s megjelenés jellemezte a Teqball népszerűsítési időszakát.

A Teqball a bevezetés szakaszában több termet is nyitott, többek között Budapesten, Békéscsabán, Székesfehérváron és Dombrádon is. Ezeken felül is rengeteg jelentkező van, aki szeretne termet nyitni.



**6. ábra: Teqball terem látványterv**

(Forrás: Teqball Kft.)

Kommunikációját tekintve tehát kifejezetten erősnek mondható a vállalkozás, a labdarúgást kedvelők és követők között Magyarországon már szinte mindenki hallott róla, de sokak körében külföldön is ismert. A legnagyobb feladat tehát az értékesítés elindítása, amelyet természetesen még erősebb kommunikáció követ majd.

Értékesítés: az értékesítés szakaszában a közvetítők ösztönzése nagyon jelentős szerepet kap. Ez a Teqballnál is látható, azzal a különbséggel, hogy lényegében még nincs értékesítés.

A Teqball a legtöbb partner országban kizárólagos disztribútorokkal fog dolgozni, akiknek szerződés szerinti kötelességük lesz kiszolgálni az adott országból érkező rendeléseket, felmerülő igényeket. Természetesen a központi honlapon beérkező rendelések továbbítva lesznek az adott ország disztribútora felé, ahonnan a rendelés érkezett.

Több országban is létrehoznak majd lerakatokat, ameddig a szállítás ingyenes, onnan azonban a vevőt terheli a kiszállítás költsége. Természetesen választhatja majd a fogyasztó azt a lehetőséget is, hogy személyesen megy el átvenni a megrendelt terméket az adott lerakathoz.

Ezek azonban csak a jövőben fognak megvalósulni, hiszen értékesítés és elsősorban sorozatgyártás híján most még csak a disztribútorok felkeresése, az ösztönzés és a tárgyalás zajlik.

### 6.3. Új sportágak, új lehetőségek

„A termék bevezetésének korszakában az újdonságtartalmú termék iránt fel kell kelteni a potenciális vevők figyelmét, hangsúlyozva az alkalmazástól elvárható előnyöket” (Józsa, L. 2014, 259. o.). A Futtoc és a Headis is megtette ezt, de csak bizonyos területeket illetően.

(Józsa [2014, 262. o.]) szerint a bevezetés szakaszában a következők a jellemzőek a legtöbb vállalkozásra:

- *Versenyhelyzet:* nincs közvetlen versenytárs, szinte egyedüliek lehetünk a piacon
- *Profit:* általában nincs, a magas termelési árak és a marketingköltségeknek köszönhetően
- *Terméktervezés:* korlátozott modellszám, gyakran változó termék jellemző
- *Ár:* magas az ár, hiszen nincs árverseny
- *Kommunikáció:* elsődleges ösztönző a reklám ebben a szakaszban a reklám, de a személyes eladás szerepe is jelentősnek tekinthető
- *Értékesítés:* jelentős ösztönzés a közvetítőknek, hogy minél motiváltabbak legyenek.

Ha ezeket megnézzük ennél a két sportágnál olyan módon, mint a Teqball esetében, akkor a bevezetés történéseit, a vállalkozást és a versenytársakat ismerve, feltárhatjuk a Teqball elemeit a SWOT-analízis segítségével.



### 6.3.1. A Futtoc<sup>4</sup>

A Futtoc egy 2004-ben, két barcelonai születésű, katalán futballrajongó agyából kipattant ötlet. A homokos parton lábtengőzve, az a gondolatuk támadt, hogy mi lenne akkor, hogy ha ezt a játékot egy asztalon játszanák? Kitalálták a szabályrendszert és gyakorlatilag pillanatok alatt megszületett egy teljesen új sportág.

A két úriember azonban nem álmódott hatalmasat, hiszen az ő céljuk az volt, hogy a barcelonai fociszeretők játszassák ezt a játékot.

A kezdetekben kivittek egy asztalt a tengerpartra és ott mutatták be az érdeklődőknek. Azonban ez elég kezdetleges volt és mára sem sokat fejlődött, hiszen nem jutott el odáig, hogy az emberek a boltban vásárolhassák meg a szükséges eszközt, nem jutott el odáig, hogy rengeteg rajongója legyen. Nem tudni, hogy célja volt-e a feltalálónak a nagyobb „térhódítás”, de a honlapon írottak szerint minden labdarúgást szerető embernek csak ajánlani tudják. Az alapján pedig, hogy ez a honlap angolul és franciául is elérhető, azt merem feltételezni, hogy manapság már több érdeklődőre számítanak.

A versenyhelyzetet tekintve már nem tekinthetőek egyedülinek, hiszen a Teqball megjelent a piacon és szándéka, hogy minél több helyen ismertségre tegyen szert. Ez azonban nem jó a Futtocnak, hiszen a Teqball minden szempontból hatalmas versenytársa lehet, még a katalán piacon is. Mít is bizonyít a Teqball megjelenése? Hogy a Futtoc már a növekedés szakaszában tart bizonyos szempontokból.

Profitot tekintve a Futtoc még mindig a bevezetés szakaszában tart, hiszen nem is forgattak vissza soha sok pénzt az ismertség elérésére. Ez azt jelenti, hogy a vállalkozás még mindig saját költségekből dolgozik, hiszen nem jövedelmező számukra a játék működtetése. A labdarúgás és a sport szeretete azonban továbbra is hajtja őket, hiszen az utóbbi időben azonban egyre több helyen hallani róla (kipróbálni ennek ellenére csak a rendezvényeken lehet, ahol megjelennek).

A vállalkozás legnagyobb hibája, hogy nem forgalmazza a terméket. Ha az ember magánemberként szeretné kipróbálni, arra egyáltalán nincsen lehetőség (hacsak nem jársz éppen arra, amerre megjelennek), akkor azonban, ha csatlakozna a már létrejött szövetséghez, akkor bizonyos összegért cserében biztosítják számára az asztalt (ehhez természetesen egyesület alapítása szükséges). Véleményem szerint ez hátráltatja a sport terjedését és fejlődését, hiszen a promóció (főleg, hogy ilyen kevés helyen jelennek meg Európában) önmagában nem elég a termék terjesztésére, vagy pedig sokkal nagyobb

---

<sup>4</sup> <http://futtoc.com/en/> (olvasva: 2015.10.23.)

intenzitással kellene tenniük ezt. Értékesítés szempontjából elmondható az, hogy a közvetítőkre nem hárul semmilyen szerep, ugyanis az értékesítés során a Futtoc csapata nem dolgozik velük, csak rajtuk keresztül lehet eljutni a termékhez.

Az utóbbi idő népszerűsítését és híreit elnézve mégis azt mondom, hogy a Futtoc nem adta fel teljesen annak a reményét, hogy a katalán piacon kívül is igazán népszerű legyen. Létezik szövetségük (amellyel egy testhosszal a Teqball előtt járnak) és azon embereknek a véleménye, akik kipróbálták, nagyon pozitív. Ha mégis jövőképet kellene festenem a Futtoc számára, azt mondanám, hogy hasonló marketingstratégiával nem fognak soha kitörni a kereteik közül.

### **6.3.2. A Headis<sup>5</sup>**

A Futtochoz képest jóval előrébb jár és a világ számos pontján ismert játék a Headis. Ahogy a nevéből is ki lehet találni, itt a játékosoknak a fejüket kell használni játék közben.

2006-ban, egy német fiatalember találta ki a játékot, amely mára már 15 német egyetemen megvetette a lábát. A játék már annyira előrehaladott, hogy Európa számos pontján indítanak belőle bajnokságokat.

Az első lépések között a sporttudományt tanuló fiatalember elérte, hogy Saarbrückenben, az egyetemen ahol tanult, oktathassák a sportágat. Ezek után olyan népszerűsége tett szert a játék Németországban, amire senki sem számított. Rengeteg média megjelenés következett, elsősorban a TV-ben és az interneten. A fiatalember elkezdte úgy hirdetni a játékot, hogy ez a „szegények sportja”. Hogy miért mondják ma is ezt? Mert a sportágat pingpongasztalon is lehet játszani. Egyetlen egy eszközre van szüksége hozzá a játékosoknak, ez pedig a speciális labda. Kijelenthető ezek ismeretében az, hogy a marketingaktivitás Németországban igencsak sikeres volt a Headis számára. Kihasználták a megfelelő eszközeiket és az újdonság hírértékét meglövelve jutottak el az emberek tudatába. Ugyanezt próbálja tenni a Teqball csapata is.

2010-ben a Headis elnyerte a müncheni ISPO „Brand New Award” díját, amely az egyik legnagyobb elismerés a startupok között megrendezésre kerülő kiállításon (ezt a díjat 2015 elején a Teqball is birtokába vehette).

A Headis a versenytársakhoz képest egyértelműen előrébb jár. Manapság több klub és rengeteg versenyző játssza ezt a játékot rendszeresen. Azt lehet mondani, hogy a Headis már a növekedés szakaszában jár, főleg a Teqballhoz és a Futtochoz képest, mindezt pedig

<sup>5</sup> <http://www.headis.com/> (olvasva: 2015.10.25.)

a játék értékének és élvezhetőségének köszönheti, ugyanis az összes pénz, amit a vállalkozás az elején befektetett, az a promócióra ment el. Rengeteg nemzetközileg rangos és neves rendezvényen vesznek részt, ahol egyrészt a szakma, másrészt a nagyközönség számára is be tudják mutatni látványos játékaikat.

A Headisnek 2014-ben megjelent az egyik legnagyobb versenytára, amely a Teqball, Van egy hatalmas előnye azonban hozzá képest, hiszen a befektetett pénz sokkal kevesebb, mint a vetélytársnál.

Így már arra is adódik lehetőség, hogy bevételeket visszaforgatva új termékeket dobjanak piacra: a labdán és az asztalon kívül pumpát, pólót, trikót, napszemüveget és sok egyéb apróságot is lehet már rendelni. (Józsa [2014, 262. o.]) szerint a fejlődés szakaszában gyakori termékmódosítások és nagyszámú modellek jellemzők. Ez lényegében igaz, hiszen a Headis csapata rengeteg új terméket fejleszt, amely ugyan kiegészítő, de a sportot kedvelők szívesen megvásárolják ezeket. Egyedi design-nal ellátott asztalok és labdák is vásárolhatók már a honlapjukon keresztül.

Ennél a vállalkozásnál lelkes fiatalok dolgoznak, akik az újdonságára és látványra szeretnék felépíteni a stratégiájukat. Ezt pedig nagyon jól teszik, hiszen a Headis tényleg pörgős, élvezhető játék. Nem véletlen, hogy a több százezer ember által kedvelt közösségi média oldalakon keresztül jutnak el a sportot kedvelő közönséghez: rengeteg sportoldal osztja meg Headis gyors és hihetetlen labdameneteit.

Az új vállalkozások nagyon sok esetben jutnak el korunk lehetőségeit kiaknázva célcsoportjaikhoz, akár a közösségi médián, akár videómegosztókön keresztül. A Headis ebben látja a legnagyobb lehetőséget és véleményem szerint ezért fog egyre nagyobb népszerűsége szert tenni.

#### **6.4. SWOT-analízis**

Ahhoz, hogy viszonylag egyszerűen, alacsony költségekkel feltárjuk egy vállalkozás négy fontos alapkövét, mindössze arra van szükségünk, hogy ismerjük a vállalkozást, illetve magát az iparágat.

Alkalmazói sokszor lebecsülik ezt a modellt, pedig „az elemzés pontos végrehajtása a tervezési folyamat sikerének egyik záloga” (Józsa, L. 2014, 126. o.). (Józsa [2014, 126-127. o.]) szerint a siker kulcsa a következőkben rejlik:

- koncentráció;
- versenytársak figyelemmel követése;
- más területekkel való együttműködés;

- vevői megközelítés alkalmazása;
- belső és külső elemek elválasztása.

A SWOT-analízis (magyarul GYELV-elemzés) segít feltárni az erősségeket (Strenghts), gyengeségeket (Weaknesses), lehetőségeket (Opportunities) és veszélyeket (Threats) egy vállalkozás esetében. Nézzük, hogyan néznek ki ezek a Teqballnál:

**3. táblázat: A Teqball SWOT-analízise**

Strenghts	Weaknesses
Termék – egyedi Teqball table	Ismertség
Egyedi technológia	Gyártás nehézségei
Kizárólagosság – világon egyedüli	Cég mérete
Minőség	A termék még nem elérhető
Vírusmarketing erőssége	
Szakemberek bevonása	
K+F	
Opportunities	Threats
Saját piac létrehozása	Versenytársak megjelenése
Széles fogyasztói bázis	Másolás, utánzás veszélye
Egyéni márkaépítés	Pénzügyi nehézségek
	Túlkereslet fenyegetése

(Saját szerkesztés)

#### 6.4.1. Strenghts (erősségek)

A vállalkozás legnagyobb erőssége, hogy egy teljesen egyedi, a világon eddig sehol nem látott terméket gyárt, amely azáltal, hogy az asztallapjai meg vannak hajlítva, különleges gyártási technológiát igényel, mindemellett viszont megkönnyíti a játékot és így könnyed módon fejleszti a technikát. A labdarúgás alapú játékon túl pedig a feltalálók két egyéb játékot is kitaláltak, amely az asztalon üzhető, ezek a TeqTennis, illetve a Qatch (ezzel szélesítették a későbbi felhasználók körét).

Másik erőssége a Teqballnak a minőség és ezt egy világhírnévre törő vállalkozás esetében követelménynek is tekinthetjük. A termékek többszörös minőségellenőrzésen és bevizsgáláson mennek keresztül, mire eljuthatnak a felhasználókig.

A minőség és egy innovatív, jó ötlet még nem elég, hiszen meg kell teremteni azokat a körülményeket, amelyek mellett a vállalkozásnak lehetősége van piacvezető, egyedi pozícióját megőrizni a piacon. Ezért a Teqball 50 országra vonatkozóan levédette a

terméket, logót, nevet, stb., hogy még véletlenül se következhesen be a lemásolás esélye, vagy ha ez mégis megtörténne, a szükséges jogi lépéseket követően a vállalkozás minden esetben megnyerhesse a pert. A cég ezzel jó néhány évre biztosította magának a kizárólagosságot.

A Teqball erősségei közé tartozik a szakemberek bevonása. A két feltaláló a saját maga kapcsolati tőkéjének köszönhetően olyan neves futball szakértőkhöz és a szakmában elismert hírességekhez jutott el, mint a Messit „felfedező” Henk ten Cate, vagy a manapság is a világ egyik legerősebb bajnokságában edzősködő Koeman testvérpár. Ezek az emberek pedig szimplán jóindulatból és a termék erősségét, valamint futballban lehetséges hasznosságát látva adták arcukat és véleményüket a projekthez.

Így készült el rengeteg vírusvideó, amelyeket nagyon sok futbalszerető ember látott és értékelt pozitívan. Ha az emberek azt látják, hogy neves szakemberek is a Teqball erősségét hirdetik, akkor tényleg lehet benne valami.

A K+F azért sorolható az erősségek közé, mert a vállalkozás saját szakemberekkel dolgozik azon, hogy a termékek a lehető legmagasabb minőséget képviseljék. Így rengeteg időt, energiát és költséget spórolnak meg azon, mintha egy külsőssel csináltatnák ugyanezeket a feladatokat.

#### **6.4.2. Weaknesses (Gyengeségek)**

A Teqball egyik legnagyobb gyengesége, hogy a rengeteg promóció és videó ellenére még mindig nem elég ismert a termék. Ez természetesen egy másik gyengeségnek tudható be, amely az, hogy túl korán jelent meg a cég a piacon, hiszen az asztalok még nem voltak (és még most sincsenek) sorozatgyártásban.

Így az a furcsa és kellemetlen helyzet állt elő, hogy az asztalt vásárolni kívánókat nem tudta a vállalkozás kiszolgálni, „mindössze” várólistára kerültek. Manapság már zajlik az asztalok gyártása, de sorozatgyártásnak ez még mindig nem nevezhető. Nagyon sok előrendelés érkezik, így nagy kérdés az, hogy hogyan lesznek ezek teljesíthetők, hogy ha a gyártás nem gyorsul fel.

A Teqball egyik másik nagy gyengesége, hogy a termék valamivel több, mint egy év után sem rendelhető azonnali szállítással, így mindenkinek várakoznia kell, aki szeretne magának az asztalból.

Ez a három gyengeség együtt mégis azt a helyzetet teremti elő, hogy ha hamarosan a vásárolni kívánó felhasználók nem lesznek kiszolgálva, akkor a vállalkozás nagyon sok potenciális fogyasztóval szemben elveszítheti a bizalmát, amit ugyanilyen könnyen meg is

szerezhetett volna. Elhamarkodott lépés volt tehát 2014 júniusában, sorozatgyártás nélkül bevezetni a terméket.

A vállalkozás természetesen nem rendelkezik saját gyártósorral, így a gyártást külsős cégekkel végezteti („outsourcingolja”). Ehhez viszont alapanyagra van szükség, amely megvételéhez pénz szükségeltetik. A pénz elsődlegesen a bevételből származik, mivel viszont még nem indult be a teljes körű értékesítés, ezért nincs profit, tehát nem beszélhetünk bevételről. Természetesen az első néhány évben a cég összes bevétele vissza lesz fordítva a saját tevékenységébe.

A cég gyengeségei között tartható számon továbbá az is, hogy a vállalkozás 12 emberrel dolgozik. Természetesen a kezdetekben nagyon nehéz és sokszor felesleges is lenne több embert alkalmazni, azonban a startup jelleg miatt nagyon sok új munka jelentkezik, amelyek ahhoz is vezetnek, hogy adott esetekben a régiók felhalmozódnak. A feladatkörök pedig nem teljesen tisztázottak még, így az új munkákat hol az egyik, hol a másik alkalmazott kapja, amely sokszor a munkák keveredéséhez, zűrzavarhoz, minőségromláshoz is vezethet.

#### **6.4.3. Opportunities (Lehetőségek)**

A Teqballnak a legnagyobb lehetősége, - amelyet a legnagyobb erősségére alapozva használhat ki, hogy létrehozhat magának lényegében egy saját piacot. A versenytársak száma közelít a nullához, aki pedig számba vehető, nem olyan erős, hogy fel tudja venni a versenyt egy jól felépített, tökéletesen terelt Teqballal.

Ezt a lehetőséget természetesen a széles fogyasztói bázisra alapozva lehet csak kihasználni, hiszen kellene a piacok, ahová a termék be tud törni. A játék elsődlegesen a labdarúgás kiegészítője, azonban „szimplán” tökéletes időtöltésnek is el lehet képzelni. Képzeljük el egy strandon, egy parkban, vagy akár egy iskolaudvaron. Természetesen a játékot így is általában a focit szerető emberek próbálnák ki, de mekkora plusz értéket jelent egy strand vezetésének, ha az emberek egy új, szórakoztató játékot játszhatnak a medencék mellett. Véleményem szerint hatalmasat.

A vállalkozásnak hatalmas lehetősége van egy világszinten ismert márka felépítésére. Egy új sport, amely ha népszerű lesz, magával hozza a vállalkozás sikerét is, hiszen a világon egészen egyedinek mondható az, hogy a játék és a márka egy és ugyanaz. Mindemellett a termék design szempontjából is kiemelten sikeres lett (elnyerte a design-díjak Oscar-díjának számító Red Dot Awardot 2015-ben), így minden lehetősége megvan arra, hogy ezt és a világ legnépszerűbb sportágát ötvözve, a „brandingelt” termékek piacát is

meghódítsa. Ha sikeres lesz a Teqball név, akkor ugyanis rengeteg kiegészítő szóba jöhet az alaptermék mellett, a ruházati cikkeken keresztül egészen a sportos kiegészítőig.

#### **6.4.4. Threats (Veszélyek)**

A Teqball egyik legnagyobb veszélye a versenytársak megjelenése. Jelen pillanatban nem beszélhetünk hatalmas konkurenciáról, akik esetleg megemlíthetők, azok a Headis, illetve a Futtoc nevű új játékok, de ezek is csak a körülményeket tekintve sorolhatók ide. Azonban minden egyes új sportág megjelenése veszélyt jelenthet a Teqballt illetően, ugyanis amíg nem szilárdítja meg a helyét a sportszolgáltatások piacán, addig minden egyes új sport megjelenése magában rejti annak a lehetőségét, hogy hátrébb sodorja, háttérbe szorítja a Teqballt.

A másik lehetőség, amely reális veszélyeket tartogat, az az utánzás veszélye. A levédetés bizonyos fokú védelmet jelent a teljes körű lemásolást illetően, de alternatív változatokat bárki létre tud hozni belőle. Ez a lehetőség leginkább keleten, ott is elsősorban Kínában fordulhat elő, hiszen ha észreveszik a játékban rejlő lehetőségeket, akkor szinte biztos, hogy megpróbálják majd leutánozni.

Szintén a veszélyek között (is) megemlíthető a túlkereslet fenyegetése, hiszen ha nem sikerül kiszolgálni a piacot, az nagyon hamar bizalomvesztéssel járhat, a bizalmat pedig visszanyerni szinte lehetetlennek tűnik. Ezért minden egyes lépésre nagyon nagy hangsúlyt kell fordítani az értékesítés elindításánál.

Természetesen a veszélyek között jelenik meg a pénzügyi erőforrások kifogyása is, hiszen amíg nincsen profit, addig a vállalkozás saját pénzügyi források megteremtésére kell fordítsa az energiáit, ez a lehetőség viszont egy idő után korlátozódik majd. Ez magában rejti a lehetőséget, hogy egyre nehezebben sikerül az erőforrások beszerzése, amely hosszú távon a cég megszűnéséhez is vezethetne.

### **6.5. Lehetőségek a növekedés szakaszában**

(Józsa [2014, 259. o.]) szerint a növekedés szakaszában a legfontosabb feladatok az előre nem látott és nem látható igények és szükségletek lehetőség szerinti minél magasabb szintű kielégítése. Ebben a szakaszban, ha a termék sikeres lesz és találkozik a piaci igényekkel, akkor gyakorlatilag elkerülhetetlen az új versenytársak megjelenése. Nézzük, mik azok a lehetőségek, amelyek a bizonyos szempontból már a növekedés kezdeti szakaszában járó Teqball előtt felmerülhetnek:

Versenyhelyzet: ebben a szakaszban az a jellemző, hogy több versenytárs is megjelenik a piacon, főleg, ha a termék sikeres. Mivel a Teqballnál mindenki azt gondolja, hogy a termék sikerre van ítélve, ezért kiemelten fontos, hogy nyomon kövessék az eddigi versenytársak (elsősorban Headis) tevékenységeit, valamint figyeljenek minden piacon történő változásra is, hiszen minden egyes új sport, amely megjelenik, elvonhatja a piac figyelmét a Teqballról. Ezért is fontos kiemelni továbbra is a labdarúgáshoz fűződő viszonyt és minél több futballcsapatot elérni, hogy teszteljék, esetleg rendszeresen használják a terméket.

Terméktervezés: a termék kivitelezése szempontjából nagyon fontos, hogy elérje azt a kapacitásszámot a gyártás, amellyel már kiszolgálhatóak a piaci igények. Ezért is zajlik tárgyalás több ázsiai vállalkozással, hiszen hiába csinálják meg a magyar gyárak a terméket nagyon jó minőségben, nincs akkora kapacitásuk, amely összeegyeztethető lenne a rendelésekkel.

Ezzel szemben az ázsiai országokban akkora gyárak vannak, amelyek képesek akár a világ összes országát kiszolgálni mennyiségben, ráadásul, mint tudjuk, a gyártás is sokkal olcsóbb, mint az európai, vagy amerikai országokban.

Ebben a szakaszban nagyon nagyszámú modell áll rendelkezésre, ezért kell a Teqballnak is eljutnia arra a szintre, hogy inkább több asztal legyen készen, mint kevesebb, hiszen ha akadozás lép fel az értékesítés folyamatában, az fogyasztók elvesztését is eredményezheti.

Ár: (Józsa [2014, 262. o.]) szerint az ár a növekedés szakaszában még mindig magas, azonban új fogyasztók megnyerése érdekében akár csökkenthető is. A vállalkozásnak látnia kell azt, hogy a piac hogyan reagál egy teljesen új termék bevezetése után és milyen



reakciókat vált ki az ár. Ha elfogadható lesz, akkor tartható ilyen magasan, azonban ha a piaci reakció nem megfelelő, akkor csökkenteni kell az áron.

Ezen kívül több termék megvásárlása esetén akciókkal, egyéb ajándékokkal lehet csökkenteni rajta, hogy ezzel kedvezzenek a fogyasztóknak és bizalmat építsenek így bennük.

Kommunikáció: ez a legfontosabb pont a Teqball életében. Ugyan már nagyon sokan hallottak a játékról, azonban az igazi áttörés még nem érkezett el. A vállalkozás jelen pillanatban egyetlen egy dolgon dolgozik nagyon komolyan a kommunikációval kapcsolatban: minél hamarabb sikerüljön elérni egy nemzetközileg elismert világsztárt.

Gondoljunk csak bele, milyen lenne az, hogy ha például Messi és Ronaldinho játszanának egymás ellen egy Teqball asztalon és ez felkerülne a legnagyobb videómegosztó oldalra, a YouTube-ra. Napokon belül több százmillió embert érne el a videó, mindenki ezt osztaná meg az oldalán másokkal. Nem is kellene ennél jobb reklám, hiszen ez lenne a csúcspont. Ha az emberek azt látnák, hogy egymás ellen Teqballoznak a világsztárok, pillanatokon belül emberek milliói szeretnék asztalt vásárolni.

Egy ilyen reklám költségei természetesen az egekbe rúgnak, de az is biztos, hogy nagyon hamar megtérülne, ha sikerülne összehozni.

A Teqball csapata továbbá kapcsolatban áll a legnagyobb játékfejlesztő céggel, az EA Sports-al is, hogy fejlesszenek egy játékot és tegyék bele a világ legismertebb foci szimulációs játékába, a FIFA-ba. Ha ez megvalósulna, annak is hatalmas reklámértéke lenne, hiszen az emberek megismerkedhetnének az újdonsággal, amely minden szinten köthető a focihoz.

Értékesítés: ebben a szakaszban nagyon fontos a készletgazdálkodás. Figyelni kell tehát arra, hogy a megfelelő számú termék mindig elérhető legyen, ha ki szeretnének szolgálni a piacot.

A vállalkozás kizárólagos disztribútorokkal fog dolgozni, ezért az adott országokon belül nem lesz több lehetőség a termék értékesítésére, azonban számítani lehet arra, hogy ha a termék sikeres lesz, akkor egyre több és több országból fognak bejelentkezni disztribútor-jelöltek, a magas haszon reményében.

## 7. A KUTATÁS

Kutatásom során a Teqball magyarországi bevezetését vizsgáltam, mindezt kiegészítve a magyar emberek sportolási szokásaival, sportoláshoz kapcsolódó attitűdjeivel. A kutatás célja a sportolási szokások, valamint a Teqballal kapcsolatos vélemények feltárása volt, de a kutatás tárgyát képezte a magyarországi sportolási lehetőségek vizsgálata és az ezzel kapcsolatos tapasztalatok is. A pontosság és a sokszínűség eredményének jegyében a mélyinterjúk kutatást kérdőíves elemzés követte, amelynek keretein belül pontosítani próbáltam a vizsgált témához kapcsolódó jelenségeket és eredményeket.

### 7.1. Kvalitatív kutatás – mélyinterjúk elemzése

Jelen elemzés a kvalitatív fázis módszertanának bemutatásáról, kiértékeléséről és az általam levont következtetésekről szól. Az átláthatóság és követhetőség érdekében mellékeltem az interjúk során használt guide-ot, valamint a mélyinterjúk leiratát is.

Az interjúk kérdésvázlata több részre bontható. A bemutatkozást és a rövid ismerkedést, valamint az oldott hangulatot megteremtő bevezetést követő első, bemelegítő szakaszban igyekeztem ráhangolni válaszadóimat a vizsgált témára. Megkérdeztem, milyen gyakran és hogyan sportolnak, valamint hogy mikor és hogyan sportoltak utoljára. Kíváncsi voltam arra is, hogy válaszadóink tagjai-e, tagjai voltak-e bármilyen klubnak, illetve hogy ez milyen kötelezettségekkel és adott esetekben milyen előnyökkel járt.

A második blokk a preferenciákat igyekezett pontosítani ráhangoló, tapogatózó kérdésekkel. Megkérdeztem, milyen sportokat szoktak űzni szívesen, illetve van-e kedvenc sportjuk, és ha igen, miért pont az. Rákérdeztem, hogy csapatsportokat, vagy az egyéni sportokat részesítik-e előnyben, és ha igen akkor miért.

Ezt követte a harmadik, egyben fő téma, amely konkrétan a sportolási szokásokkal, a magyarországi sportolási lehetőségekkel és természetesen a Teqballal foglalkozik. Megkértem válaszadóimat, hogy mondják el a véleményüket a magyarországi sportolási lehetőségekről, meséljenek tapasztalataikról. Az alapján, hogy az adott interjúalany mit értékelt igazán fontosnak, a kimaradó részeket saját kérdéseimmel egészítettem ki. Itt került sor a means end chain módszer alkalmazására, valamint ebben a blokkban szerepelnek az új sportok kipróbálásával, megmaradásának esélyeivel foglalkozó kérdések is. Természetesen a kérdésblokk elengedhetetlen és legfontosabb részét képezte a Teqball, hogy próbálták-e már a játékot (próbálnák-e, ha nem és milyen volt, ha igen), valamint mit éreznek ezzel kapcsolatban, mennyire tartják esélyesnek igazán nagy sikerek elérésére.

Az utolsó előtti, lezáró blokk a Teqball és a sportolások árainak vizsgálatát célozta. Vizsgáltam, hogy válaszadóim számára mennyire meghatározó az ár, befolyással van-e az sportolás időpontjára, helyére, stb. Megkérdeztem továbbá, hogy kiket tartanak a Teqball legideálisabb vásárlóinak.

Az interjú befejező része az elégedettséggel foglalkozott. Kíváncsi voltam válaszadóim legemlékezetesebb sportolására, az általuk elképzelt ideális sportolásra, valamint az összes eddigi tapasztalatukat figyelembe véve a véleményükre a magyarországi lehetőségekről.

A kérdőív reményeim szerint érintett minden, a magyarországi sportolási lehetőségekkel, egy új sport bevezetésével, valamint a Teqballal kapcsolatban felmerülő kérdést, amely a kutatás szempontjából elengedhetetlen lehet. Tapasztalataim alapján a beszélgetések zökkenőmentesen, oldott hangulatban zajlottak. Interjúalanyaim számára egyetlen esetben sem okozott gondot a kérdések értelmezése.

#### **7.1.1. A minta**

Az interjúkészítés 2015 októberében zajlott, a kiértékeléshez összesen hat beszélgetés leirata áll rendelkezésre.

A kvalitatív interjúk során olyan 18 feletti emberekkel beszélgettem, akik szeretnek sportolni, szeretik a labdarúgást és valamilyen formában már találkoztak a Teqballal. Ez nem jelentette azt, hogy az összes interjúalany próbálta is a játékot, tehát a kérdések egy ponton két irányt kaptak. Fontos volt tehát az előzetes szűrés, kutatásomba az interjúk kis elemszáma miatt célzottan olyan embereket válogattam be, akiktől minden kérdésemre konkrét és tapasztalati szempontból is releváns válaszokat kaptam. A lekérdezés során a lehető legmélyebb motivációk felszínre hozatala érdekében a means end chain technikát alkalmaztam, tapasztalataimat erről később részletezem majd.

Interjúalanyaim közül a legfiatalabb a 22 éves budapesti informatikahallgató, Ádám, aki a családjával él és az ELTE-n tanul.

Korban következő interjúalanyom Barbi volt, aki 23 éves, Budapesten él a családjával és a Testnevelési Egyetem, valamint a Budapesti Corvinus Egyetem közös képzésén végzett sportmenedzser szakon. Több mint 10 évig focizott versenyszerűen, azonban ezt a sérülései miatt kénytelen volt abbahagyni. Jelenleg a sportszektorban dolgozik.

Bence, 24 éves, agárdi lakos, aki arabot tanul, a barátaival él és imádja a focit.

Berni, 25 éves, Budapesten él és marketing projektmenedzserként dolgozik egy német cégnél. Pályakezdőként kezdett, jelenleg még próbaidőben dolgozik.

Gábor, 26 éves, a barátnőjével él a belvárosban és football analystként dolgozik, tehát az a munkája, hogy focimeccseket néz.

Az utolsó interjúalany pedig szintén Gábor, aki 56 éves, a családjával él Dunakeszin, korábban a nemzetbiztonságiaknál dolgozott, ma már nyugdíjas.

Mint az a bemutatásokból is látszik, interjúalanyaim nem minden esetben bizonyultak közlékenynek, különösen a személyesebb jellegű kérdések során, annak ellenére, hogy a beszélgetések helyszínének kiválasztásakor minden esetben ügyeltem arra, hogy az a válaszadóim számára kényelmes és bizalmas légkört teremtsen, beszélgetésünket pedig ne zavarják meg külső tényezők.

### **7.1.2. Az eredmények**

Korábban már részleteztem a guide felépítését, így ezt nem teszem meg újra, helyette sorban haladok majd a fontosabb kérdések listáján, bemutatva a rájuk kapott válaszokat és észrevételeimet.

Válaszadóim többsége gyakran sportol, azonban vannak, akik az idejüknek, illetve az egészségüknek köszönhetően nem engedhetik meg maguknak a nagyon sűrű sportolási tevékenységet. Elmondható, hogy a megkérdezettek többségének a sportolásról a kikapcsolódás jut egyből eszébe, valamint az, hogy ilyenkor az ember nem gondol semmi másra, csak az adott pillanatra.

*„a csapatszellem, a felszabadultság és a lehetőségek jutnak eszembe” (Barbi, 23)*

*„hogy kikapcsolja az ember agyát” (Bence, 24)*

*„A sportolás önfegyelemre tanít” (Gábor, 56)*

*„A sportról a testi-lelki egyensúly jut eszembe” (Berni, 25 éves)*

Az utolsó sportolást figyelembe véve több hasonlóság is felfedezhető az interjúalanyok között. Ketten fociztak, ketten futottak, ketten pedig úsztak a legutolsó alkalommal és egy kivételtől eltekintve mindenki az utolsó napokban tette ezt.

*„Utoljára előző héten mentem el úszni” (Ádám, 22)*

*„Most már egy hónapja volt, hogy utoljára úsztam” (Gábor, 56)*

*„Ma reggel futottam” (Barbi, 23)*

*„utoljára két napja futottam” (Berni, 25)*

Érdekességnek mondható, hogy a megkérdezettek közül mindenki volt tagja valamilyen sportegyesületnek, csapatnak, ahol leginkább azt emelték ki, hogy ez olyan kötelezettségekkel járt, amelyeket kellemes volt bevállalni, hiszen a sport nagyon jelentős része (volt) az életüknek, amely a kötelezettségek ellenére rengeteg pluszt adott nekik.

*„sok korai edzést kellett így látogatnom, ez nem volt a lehető legkellemesebb élmény.”  
(Ádám, 22)*

*„a folyamatos edzések, meccsek következtében kevesebb idő jut a családra, a sporton kívüli barátokra.” (Barbi, 23)*

*„rengeteg pluszt adott” (Berni, 25)*

*„így is sok időt elvettek az életemből az edzések, valamint a rengeteg meccs.” (Gábor, 26)*

A ráhangolódó, tapogatózó részben arra voltam először kíváncsi, hogy milyen sportokat szoktak az interjúalanyaim űzni. Legtöbbször előkerült a konditeremben való edzés, amely nem igazán nevezhető társasági élménynek, de a leginkább fociznak a válaszadók.

*„Foci, futás, úszás, biciklizés.” (Barbi, 23)*

*„Labdarúgás, kondi, thaibox.” (Bence, 24)*

*„Jóga, futás és kondi.” (Berni, 25)*

*„Leginkább természetesen a foci, de mellette szeretek konditerembe járni” (Gábor, 26)*

A kedvenc sportoknál azonban már a hat válaszadó közül 5-en a labdarúgást emelték ki, az egyetlen alany, akinek nem a foci a kedvenc sportja, az Berni volt.

*„Kedvenc sportom az úszás, mely abból fakad, hogy évekig űztem ezt a sportágat. Ennek ellenére alapvetően a csapatsportokat kedvelem, mint foci” (Berni, 25)*

Válaszából azonban könnyen látni lehet azt is, hogy az úszást szereti a legjobban az emlékei és tapasztalatai miatt, azonban ő is a focit tartja a legszerethetőbb sportnak.

A tapogatózó szakasz utolsó kérdése az volt, hogy a csapatsportokat, vagy az egyéni sportokat szeretik jobban a válaszadók. A válaszok még engem is megleptek, hiszen mindenki jobban szereti a csapatsportokat, azonban kiemelték az egyéni sportok adta lehetőségeket és előnyöket is.

A fő téma első kérdése az volt, hogy mi a válaszadók véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről. Itt is azt tapasztaltam, hogy az interjúalanyok elégedettek az itthoni lehetőségekkel, bár néhányan kiemelték azt is, hogy az ország leginkább a fővárosban él, így nehéz könnyen nyilatkozni a nem Budapest közelébe eső régiókról.

*„Azt gondolom, hogy aki igazán szeretné, az megtalálja azt, amit szeretne.” (Ádám, 22)*

*„Szerintem nincsen vele probléma” (Gábor, 56)*

*„A sportszolgáltatások terén Magyarország komoly előrelépést mutat az elmúlt 3-5 évben” (Barbi, 23)*

*„Úgy gondolom, hogy a lehetőségek adottak, az utóbbi években ki is hangsúlyozzák” (Berni, 25)*

A magyarországi klubok, egyesületek választékát tekintve is pozitív válaszokat kaptam, azonban itt már többen kiemelik azt is, hogy az igazán jó minőséget és edzéseket nagyon meg kell fizetni.

*„Egyesületek tekintetében a saját sportágamat (női labdarúgás) tekintve azért akadnak hiányosságok, már a vidéki nagyvárosokat figyelembe véve is” (Barbi, 23)*

*„valahol kevesebb pénzből dolgoznak, ami természetesen meg is látszik” (Bence, 24)*

*„nagyban meghatározza az ár-érték arány” (Berni, 25)*

*„A választék jó, a minőséget pedig meg kell fizetni” (Gábor, 26)*

A következő kérdés az volt, hogy ha tehetnék, akkor min változtatnának a magyarországi sportokat illetően. Itt nem sikerült kikerülni a jelenlegi magyarországi fejlesztéseket sem, hogy gyakorlatilag olyan helyeken is stadionok épülnek, ahol ennek nincs semmi létjogosultsága. Erre több interjúalany is célzott, azonban volt, aki érdemben mást is hozzáfűzött a kérdéshez.

*„az utánpótlásképzésbe szakemberek bevonása. Rendelkezzen minden egyesület stratégiával” (Barbi, 23)*

*„Kevesebb stadiont húznék fel” (Bence, 24)*

*„Azokba a sporttípusokba investálnék, amelyben a hazai sportolók kiemelkedő teljesítményt nyújtanak.” (Berni, 25)*

*„Jóval több pénzt fordítanék a kevésbé népszerű sportokra, valamint azok utánpótlására” (Gábor, 56)*

A kérdésre adott válaszokból láthatjuk, hogy a válaszadók közül többen is hiányolják az olyan sportokba történő investálást, amelyekben kiemelkedő eredményeket érnek el a magyarok.

A következő kérdés már a Teqballt vezette fel, hiszen az volt, hogy szoktak-e kipróbálni új sportokat. A válaszadók nem zárkóznak el ez elöl, ami azt gondolom, hogy sportszerető embereknél természetes. Az is látszik azonban, hogy nem is keresik a lehetőséget, hogy új dolgokat próbáljanak ki, akkor teszik csak, ha arra éppen lehetőségük adódik.

Az ez utáni kérdés már izgalmasabb volt, hiszen arra kerestem a választ, hogy mi a fontos egy sport kiválasztásánál. Itt természetesen a korai élményekre is gondolhattak a válaszadók, teljesen szabad volt a fantáziájuk. A válaszok többségéből azonban látszik, hogy nem szívesen próbálnak ki olyasmit, amiről azt gondolják, hogy nem lennének benne elég ügyesek.

*„Ne legyek benne nagyon béna” (Ádám, 22)*

*„Valamiféle érzékem legyen hozzá” (Barbi, 23)*

*„látom ebben a sportban a potenciált arra, hogy élvezzem, akkor kipróbálom” (Bence, 24)*

*„A legfontosabb, hogy hasznosnak érezzem” (Berni, 25)*

Érdekes, hogy erre a kérdésre érkezett egy egészen különös válasz is, amely szerint nem a sport az elsődleges, hanem a társaság.

*„Soha nem is igazán a sport, hanem az engem körülvevő emberek motiváltak” (Gábor, 56)*

A következő kérdés, miszerint hallottak-e új sportról az utóbbi időben (a Teqballon kívül), számomra érdekes válaszokat hozott. Az interjúalanyok többsége ugyanis nem hallott új sportokról, aki pedig igen, az csak nagy nehézségek árán tudta megnevezni ezeket. Az

egyetlen megnevezett sport a footgolf volt, azonban egy ember említette a headist is, de nem tudta megnevezni magát a sportot.

Nem sokkal ezután következett a kérdés, amely arra kereste a választ, hogy hol hallottak az emberek a Teqballról. Ha a promóció sikerességét ezek alapján a válaszok alapján kellene megítélni, akkor biztos, hogy nem tudnám jelesre értékelni. Egy ember volt, aki a TV-ben találkozott vele és egy, aki egy fesztiválon látta először. A többiek mindannyian valamilyen ismerőstől hallottak róla.

*„A Teqballról Huszár Viktor feltalálótól hallottam először” (Barbi, 23)*

*„A bátyámtól hallottam először” (Bence, 24)*

*„Egyik ismerősömtől” (Berni, 25)*

*„A fiam egyik barátja mutatta meg a fiamnak, aki pedig nekem” (Gábor, 56)*

Az ez után következő kérdéssel már egészen érdekes vizekre eveztem, hiszen azt feszegettem, hogy a hallottak, illetve látottak alapján felkeltette-e az érdeklődésüket. Érdekes volt mindenkitől azt hallani, hogy felkeltette az érdeklődését. Mivel az interjú során olyan embereket választottam, akik szeretik a labdarúgást és találkoztak már a Teqballal, úgy gondolom, hogy a labdarúgást kedvelő emberek nagyon nagy többsége szívesen kipróbálná a játékot.

*„Igen, jó mókának tartottam” (Ádám, 22)*

*„Természetesen. Elsődlegesen azért, mert foci alapú” (Barbi, 23)*

*„Úgy érzem, hogy technikailag egészen ügyes vagyok, ezért szívesen kipróbálnám magam ebben a sportban is” (Bence, 24)*

*„Jó és egyedi ötletnek tartom” (Berni, 25)*

*„Természetesen, hiszen focilabdával kell játszani” (Gábor, 26)*

*„Igen, hiszen imádom a pingpongot és a labdarúgást is” (Gábor, 56)*

Az ez utáni kérdés azt vizsgálta, hogy mi volt az első benyomás, amikor látták a Teqballt. Az előző kérdésre adott válaszok után nem nehéz kitalálni, hogy ebben az esetben is pozitív hangvételű válaszokat kaptam.



*„hogy nem is olyan egyszerű” (Bence, 24)*

*„Különlegesnek tartottam, tetszett” (Berni, 25)*

*„Az, hogy mennyire egyszerű ez az ötlet és mégis ütős” (Gábor, 26)*

Érdekes válaszokat kaptam arra a kérdésre, hogy mit kell tennie egy sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen. Itt sokféle választ kaptam a legnagyobb egyezés abban volt, hogy mellé kell állítani egy sikeres arcot, egy nagy nevet valamilyen sportágból (a Teqball esetében természetesen focistát).

*„soha nem szabad feladni” (Ádám, 22)*

*„reklámarc(ok) bevonása” (Barbi, 23)*

*„egy profi brigádot kell szervezni a játék köré” (Bence, 24)*

*„Olyan embert vagy embereket kell maga mögé állítani, akiket mindenki ismer” (Gábor, 26)*

A soron következő kérdés során kiderült, hogy az interjúalanyok többsége csak a sport alapjaival van tisztában, tehát nem ismeri igazán a szabályokat. Ez egy hatalmas hiányossága a játéknak, ami természetesen annak róható fel, hogy nem is lehet, csak nagyon kevés helyen kipróbálni.

*„Elnézegettem a játékot, de nem néztem utána bővebb információknak.” (Ádám, 22)*

*„Az alapokkal vagyok tisztában” (Gábor, 56)*

*„Kizárólag alapvető információkat tudok róla” (Berni, 25)*

A következő kérdés két csoportra osztotta az interjúalanyokat, ugyanis azt kérdeztem, hogy próbálták-e már a játékot. A hat válaszadó közül mindössze kettő próbálta valamilyen formában a Teqballt. Barbinak az egyik feltaláló mutatta meg, Gábor pedig egy fesztiválon próbálhatta ki, hogy milyen a játék.

*„Jó volt, szerencsére meg vagyok elégedve a technikámmal, plusz az ellenfelem is gyengébb volt, mint én az első alkalommal, ezért sikerélménnyel gazdagodtam.” (Gábor, 26)*

A többi válaszadó, aki nem próbálta még, arra a kérdésre, hogy kipróbálná-e, pozitív válaszokat adott.

*„Kipróbálnám, amikor nem lát senki” (Ádám, 22)*

*„Kíváncsi vagyok, hogy tényleg annyira jó lennék-e benne, mint gondolom.” (Bence, 24)*

Berninek a válasza annyira nem egyértelmű, hiszen azt sejteti, hogy nézni annyira nem élvezetes.

*„Kipróbálnám, mert biztos vagyok benne, hogy játszani sokkal nagyobb élvezet, mint nézni” (Berni, 25)*

Gábor is kipróbálná a játékot, azonban az egészségi állapota ezt nem teszi lehetővé. A Teqball asztalon játszható Teqtennis viszont igazán élvezetes játéknak tűnik a számára.

*„lehet rajta játszani valamilyen ütős dolgot is, azt bármikor” (Gábor, 56)*

Arra a kérdésre, hogy szerintük sikeres lesz-e a sportág, már eltérőbb válaszokat kaptam. Ez természetes is, hiszen nagyon nehéz megmondani, főleg az eddigiek alapján, hiszen nem úgy és olyan sűrűn jelenik meg a Teqball, ahogyan az elvárható lenne.

*„a hangsúly azon van, hogy milyen gyorsan, mekkora tömeget tud elérni” (Barbi, 23)*

*„vannak fenntartásaim, mert jelenleg a médiában semmilyen információt nem közölnek a Teqballról” (Berni, 25)*

*„Nagyon nehéz megmondani, hiszen 2014 óta, amikor találkoztam vele, mindössze néhány helyen lehetett hallani róla” (Gábor, 26)*

*„Nem hallani róla annyira sokat, így pedig nagyon nehéz bármit is mondanom” (Gábor, 56)*

A következő két kérdés a sport előnyeit és hátrányait volt hivatott felmérni, a válaszok pedig hasonlóakra sikeredtek. Az előnyöknél sokan emelik ki, hogy fejleszteni lehet vele a technikát, de akadt olyan is, aki a sport sokszínűségét tartja a legnagyobb előnyének, hogy lehet rajta több játékot is játszani.

A hátrányok esetében az információk hiányát, az árat és az elérhetőség nehézségeit emelték ki a válaszadók.

Személy szerint a válaszok mindegyikével egyetértek, hiszen nagyon nagy hátránya a sportnak, hogy nem olyan ütemben halad, mint ahogyan az elvárható lenne tőle. A beindulás óta ugyanis már nagyon sok helyen kellene találkozni vele, ennek ellenére, mint ahogyan azt az interjúalanyok is említették, ezt csak nagyon kevés helyen lehet megtenni. A lezáró részben megkérdeztem a válaszadókat, hogy mennyire fontos számukra egy sportnál az ár. Azt hiszem, nem okozok hatalmas meglepetést, ha azt mondom, hogy mindenki számára meghatározó és minden egyes interjúalany emlékszik olyan esetre, amikor az ár miatt volt kénytelen megváltoztatni a sportolás helyszínét, esetleg időpontját. A lezáró rész egyik kérdése az volt, hogy mit gondolnak a válaszadók a Teqball áraitól. A legtöbbszörnek nem volt elképzelésük a Teqball árait illetően, de biztosak voltak abban, hogy nem az átlagemberek tárcájához van kitalálva.

*„A Teqball árai a honlapon még nem szerepelnek” (Barbi, 23)*

*„Nem igazán vagyok képbem az árakat illetően” (Bence, 24)*

*„Nem vagyok tisztában sajnós az asztal árával” (Berni, 25)*

*„Nem vagyok vele tisztában” (Gábor, 56)*

A lezáró rész utolsó kérdésénél arra voltam kíváncsi, hogy vajon kit tartanak a Teqball ideális vevőinek. Mindenki említette a focicsapatokat és a döntéshozókat ezzel kapcsolatban, valamint a nagyon tehetséges embereket, akik megengedhetik ezt maguknak.

A befejező részben kérdeztem az interjúalanyaimat arról, hogy milyen az ideális, sportolással töltött idő. Ha sikerül elérnie a Teqballnak, hogy a válaszokban felmerülő érzéseket érezze valaki a játék közben, akkor nagyon sokan fogják játszani.

*„A legfontosabb az, hogy kikapcsoljon” (Barbi, 23)*

*„Teljesen kikapcsol, minden problémám elillan” (Bence, 24)*

*„Hasznos, nem elpocsékolt idő, ..., mely rengeteg örömet ad” (Berni, 25)*

*„Sportolás közben csak a sport van” (Gábor, 56)*

A mélyinterjú legutolsó kérdése az volt, hogy az eddigi összes megélt esemény és tapasztalat alapján mennyire elégedettek a magyarországi sportolási lehetőségekkel. Az interjúalanyok meg vannak elégedve a saját helyzetükkel, mindenkinek sikerült elérnie eddigi élete folyamán azt a sportot, azokat a sportokat, amelyeket szeretett volna.

*„semmi okom nincs panaszra.” (Gábor, 26)*

*„alapvetően nincs vele sok bajom” (Ádám, 22)*

*„alapvetően elégedett vagyok” (Barbi, 23)*

*„Összességében elégedett vagyok” (Berni, 25)*

A mélyinterjú közben alkalmaztam a means end chain módszert, amely az emberi (fogyasztói) döntések háttérében álló értékek feltárásában segíthet a módszert eredményesen alkalmazóknak. A means end chain modell megmutatja nekünk az értékek és a termék illetve szolgáltatás kapcsolatát. A feltárás során az okozatból kerestük az okot. A means end chain módszer alkalmazása során sok érdekes dologra derülhet fény... ha az alanyok kellőképpen türelmesek és a kérdező teljesen profin végzi munkáját. Ebben az esetben ez a következőképpen alakult: annak ellenére, hogy a kérdező ebben a tekintetben még nem tartozik a legprofibbak közé, valamint a megkérdezettek többségének türelme is rövid időn belül elfogyott, minden interjúban akadt valami olyan információ, amelyet hasznosítani lehet.

Az első, legfiatalabb interjúalany esetében arra voltam kíváncsi, hogy szerinte miért fontos az, hogy a Teqball hasznos lehet a labdarúgásban. Ádám volt az ugyanis, aki nagyon kiemelte a sport hasznosságát, valamint azt, hogy mekkora szerepe lehet ennek a labdarúgásban.

Szerinte egy szimplán jó, szimplán élvezhető játék nem ad elég pluszt ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen. Kell valami, ami kiemeli a többi közül, ez pedig a sport hasznossága. Arra a kérdésre, hogy miért kell a sportnak hasznosnak lennie, azt a választ kaptam, hogy azért, mert az emberek manapság minden egyes cselekedetükben a hasznosságot keresik. És hogy miért fontos az embereknek ez? Mert ha az emberek valamit hasznosnak éreznek, azáltal fejlesztik saját magukat is, ami segíti őket a boldogságuk elérésében. Azt hiszem ez egy igencsak jó példája a means end chain módszernek, hiszen egy alapvető emberi érzésig sikerült eljutni.

A második interjúalany Barbi volt, aki szerint a reklámarcok fontosak az emberek döntéseinek meghozatalában. Arra a kérdésre, hogy miért gondolja ezt, azt a választ kaptam, hogy szerinte egy igazán nagy névre mindenki felfigyel. Hogy ez miért fontos, annak az oka az, hogy ezeket az embereket szinte mindenki ismeri a világon és bármit el lehet velük adni. Szerinte ez azért van így, mert az emberek szeretnek másokra hasonlítani, olyan emberekre, akikre mindenki felnéz.

A harmadik interjúalany Bence volt, aki azért szereti nagyon nézni és úzni is a labdarúgást, mert megtanította együttműködni másokkal. Kíváncsi voltam, hogy ez miért lehet fontos neki, ezért ennek az okát próbáltam feltárni. A véleménye szerint minden ember számára fontos, hogy hogyan tud csapatban dolgozni, ez pedig annak köszönhető, hogy az ember alapvetően arra született, hogy csapatban dolgozzon együtt és társas életet éljen. Ez pedig azért fontos, mert csak így lehet sikereket és boldogságot elérni az életben. Berninek, azaz igazán fontos egy sport esetében, hogy hasznosnak érezze. Kíváncsi voltam ennek az okára, vajon miért kell azt éreznünk, hogy hasznos. Hasonló válaszokat kaptam, mint Ádámnál. Berni szerint ugyanis a hasznos dolgokkal saját magát építi, ez pedig azért fontos, mert ha azt érzi, hogy ő maga fejlődik, akkor sokkal könnyebben lesz saját maga is boldog, valamint ezáltal a környezete is.

Gábor (26) esetében a sport közbeni kikapcsolódás és koncentráció volt az, aminek okát fel szerettem volna tárni. Azért fontos ez számára, mert megdolgozik az agya, így nem kell közben másra figyelnie, másra koncentrálnia. Ez pedig azért jó és fontos, mert így nincs semmilyen probléma, csak az adott pillanat és a boldogság.

Az idősebb Gábort (56) a körülötte lévő emberek motiválják sportolás közben. Ő erről a kérdéstről már kicsit máshogyan gondolkodik, hiszen 3 gyermeket nevelt fel. Azért fontosak a körülötte lévő emberek, mert jó látni az ő örömeiket, ez pedig azért fontos, mert ezáltal lesz ő is boldog.

A means end chain módszer alkalmazása során kettő rendre visszatérő okot sikerült feltárni: elsősorban a boldogság és a hasznosan eltöltött idő. Ugyan a másodiknak legtöbb esetben következménye az első, mindenképpen külön kell megemlíteni a két kulcstényezőt.

Kezdeném a másodikkal, amely a hasznosan eltöltött idő. Legyen szó egy új sport kipróbálásáról, vagy bármilyen sportról, a válaszadók mindegyikének fontos, hogy ilyenkor kikapcsolódjon, és csak ezzel tudjon foglalkozni.

Ennek a következménye viszont az első tényező, amely nagyon sok esetben felszínre tört, ez pedig egy alapvető emberi érzés, a boldogság. Úgy gondolom, hogy az emberek azért sportolnak elsősorban, azért mozognak, mert ez boldogsággal tölti el őket, kifejezetten akkor, ha társaságban vannak.

### 7.1.3. A kvalitatív kutatás összegzése

Az interjúalanyok sokszínűsége és különbözősége lehetővé tette, hogy a kérdőíves megkérdezés előtt egy átfogó képet kaphassunk a 18 év feletti sportolási szokásairól. Tanulók, pályakezdők, nyugdíjasok és régóta dolgozók is akadtak az interjúalanyok között eltérő sportolási szokásokkal, tapasztalatokkal és igényekkel.

A sport, mint szolgáltatás egy nagyon nehezen megfogható dolog, egy teljesen új sport ismertségének és kedveltségének felmérése pedig nagyon nehéz feladat. A Teqballra vonatkozóan azonban könnyű javaslatokat tenni, hiszen annak ellenére, hogy kizárólag olyan emberek voltak az interjúalanyok, akik már hallottak róla, még így sem lehet azt mondani, hogy mindenki próbálta volna, vagy sokat tudnának róla.

Ez pedig annak köszönhető, hogy a Teqball nem jelenik meg elég helyen, nem jelenik meg elég felületen és nagyon kevés lehetősége van az embereknek kipróbálni. Véleményem szerint hiába ismerik az emberek, ha nem lehet hallani róla és nincs esély arra, hogy valaki játsszon vele.

Mit is kellene tenni? Sokkal erősebben promótálni és sok helyen elérhetővé tenni a játékot. Persze ez nem ennyire egyszerű, de így is sokkal többet kellene megjelenni.

A means end chain alkalmazásával sikerült feltárni, hogy az embereket leginkább a boldogság elérése mozgatja sportolás közben, ezért veszik rá magukat, hogy sokszor rossz időben is mozogjanak.

A Teqball és az új sportok fogadtatásával kapcsolatban pozitívak a tapasztalatok, hiszen a sportokat szerető emberek nem zárkóznak el előle, azok az emberek pedig, akik szeretik a labdarúgást, kifejezetten örülnek egy izgalmas és élvezhető játék megjelenésének.

Összességében elmondható, hogy a válaszok sok esetben hasonlóak voltak, legyen szó a motivációról, a Teqballról, vagy a magyarországi sportolási lehetőségekről, tapasztalatokról. Az itthoni sportolási lehetőségeket tekintve nem tökéletesek a tapasztalatok, de az embereknek (fővárosiak) nincs okuk panaszra. Véleményem szerint a Teqballal kapcsolatos jövőbeli elképzelések és a kipróbálásával kapcsolatos válaszok is pozitívak voltak.

## 7.2. A kérdőíves megkérdezés

### 7.2.1. Demográfiai jellemzők

A kvantitatív kutatásom során online kérdőívet készítettem, melyet ismerőseim között, a legnagyobb közösségi oldalon osztottam meg, valamint e-mailen küldtem ki ismerőseimnek kitöltésre. A kiválasztásnál gondosan ügyeltem arra, hogy kizárólag olyan emberek válaszait fogadjam, akik szoktak sportolni és közel áll hozzájuk valamilyen formában a labdarúgás (ez nem feltétlenül jelentette azt, hogy fociznak is, az is elég volt, hogy ha szeretik nézni és élvezik a játék szépségét).

A kérdőívre összesen 117 darab kitöltés született. Én személy szerint nagyon örültem, hogy megoszlottak a válaszok, hiszen nem csak férfiak töltötték ki a kérdőívet, hanem nők is, sőt összességében több női válasz született, mint férfi.



**7. ábra: Nemek szerinti megoszlás**

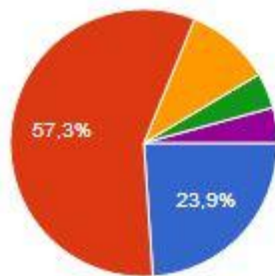
Ezt azért is volt jó látni, mert a Teqball kifejezetten nagy hangsúlyt fektet arra, hogy jelezze, ők nem csak a férfiak, hanem mindenki sportja egyben.

A válaszadók közül mindössze egyetlen ember volt, aki nem töltötte be a 18. életévét és egyetlen válasz érkezett 50 év feletti személytől. Úgy gondolom, hogy ez többnyire a közösségi oldalak használóinak köszönhető, de abban a szerencsés helyzetben voltam, hogy korcsoport alapján nem kellett szűrnom az embereket, hiszen a Teqball sem teszi mindezt. A legtöbb válasz a 18-25 év közöttiektől (58,1%), illetve a 25-35 év közöttiektől (34,2%) érkezett, amely úgy gondolom, hogy a válaszok szempontjából és a Teqball jövőjével kapcsolatban talán a legrelevánsabb képet adja.

A legmagasabb iskolai végzettséget tekintve a lehető legmagasabb képzési szint dominál, azonban nincsen túlnyomó többségben. Az egyetemet, főiskolát végzettek aránya ugyanis 53,8%, ezt követi a középiskolát végzettek száma 35%-kal, amely a korosztályt tekintve azt gondolom nem tekinthető meglepő eredménynek, majd következik a technikumot,

felsőfokú szakképzést végzettek száma 9,4%-kal, a legkevesebben (2-en) pedig általános iskolai végzettséggel rendelkeznek, ennek az aránya az összes válaszadót figyelembe véve mindössze 1,7%.

Arra a kérdésre, hogy a válaszadók milyen gyakran sportolnak, a következő válaszokat kaptam.



Naponta	28	23.9%
Hetente több alkalommal	67	57.3%
Hetente egyszer	12	10.3%
Havonta több alkalommal	5	4.3%
Havonta egyszer	5	4.3%

### 8. ábra: Sportolás gyakorisága

A legtöbb válaszadó hetente több alkalommal sportol (57,3%), ezt pedig azok követik, akik naponta veszik rá magukat arra, hogy valamilyen testmozgást folytassanak. Azok, akik hetente egyszer (10,3%), havonta több alkalommal (4,3%), illetve havonta mindössze egy alkalommal sportolnak (4,3%), a válaszadók kisebb részét képezik.

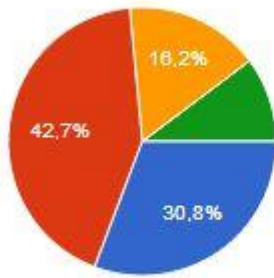
#### 7.2.2. A sportoláshoz kapcsolódó attitűdök

A kérdőív és a Teqball szempontjából is fontos, hogy értelmezzük a magyarországi sportfogyasztók sportoláshoz kapcsolódó attitűdjeit, sportolási szokásait. Ezért olyan kérdéseket igyekeztem feltenni, amelyek segítenek a Teqballal kapcsolatos érzések megértésében.

Annál a kérdésnél, hogy a válaszadók milyen sportot üznek szívesen, többféle választ kaptam. Ennél a kérdésnél többféle válaszlehetőség is megjelölhető volt, tehát mindenki kedvére bejelölhette azokat a sportokat, amelyeket szívesen szokott üzni. A kérdésnél igyekeztem a legnépszerűbb sportokat összegyűjteni, valamint nyitva hagyni az egyéb kérdést, ahová mindenki beírhatta azt a sportot, amelyet a felsoroltakon kívül szívesen üz. A legtöbben a labdarúgást adták meg válaszul, ez a szám 69 volt, amely a válaszadók közel 60%-nak felel meg (azt gondolom, hogy ez a szám azért ennyi, mert attól függetlenül, hogy valaki szereti nézni, még nem feltétlenül játssza is szívesen). A második legtöbb szavazatot kapó sport a nagyon népszerű testépítés, illetve fitness, a maga 52



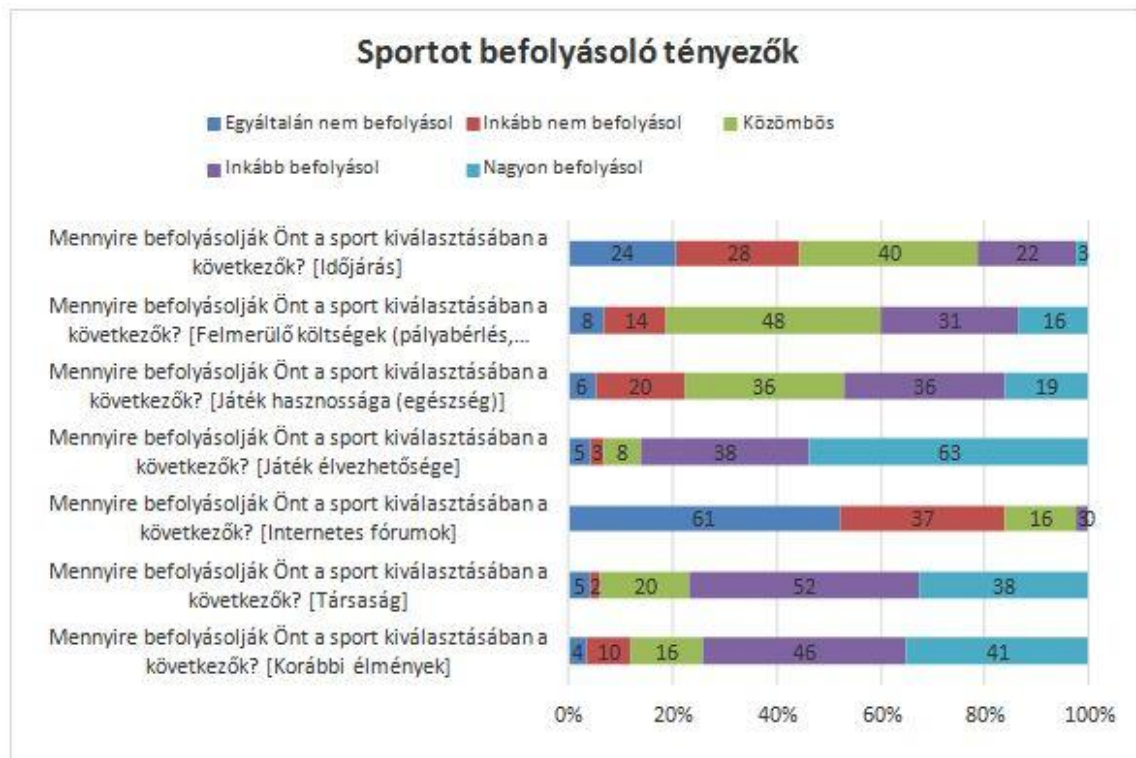
jelölésével (44,4%), majd a futás következett, amelyet 44-en (37,6%) jelöltek be. Az egyéb sportokat illetően 43 válasz érkezett, a legtöbben küzdősportokat jelöltek meg.



Kevesebb, mint 5000 Ft	36	30.8%
5000 – 10000 Ft	50	42.7%
10000 – 15000 Ft	19	16.2%
15000 Ft felett	12	10.3%

### 9. ábra: Sportolásra költött összege havonta

Ha megnézzük a sportolásra költött összegeket, akkor láthatjuk, hogy a legtöbben (73,5%) nem költenek többet 10.000 forintnál egy hónapban arra, hogy sportolni tudjanak. Észrevehető továbbá az is, hogy mindössze 10,3% az, aki 15.000 forint felett költ havonta a sportolásra. Ebbe a kérdésbe minden beletartozott, a pálya bérlésétől kezdve, egészen a kiegészítők megvételéig.



### 10. ábra: A sport kiválasztását befolyásoló tényezők megoszlása

Érdekes válaszokat kaptam arra a kérdésre, hogy mennyire befolyásolják a válaszadókat egy sportkiválasztásában a felsorolt állítások: korábbi élmények, társaság, internetes fórumok, játék élvezhetősége, játék hasznossága, illetve időjárás.

A válaszokat egy 5-fokozatú skálán lehetett megadni, ahol az egyes fokozat jelentette azt, hogy egyáltalán nem befolyásol, míg az ötös fokozat azt, hogy jelentősen befolyásol.

Ez alapján azok a tényezők, amelyek a legkevésbé befolyásolják egy sport kiválasztásában a válaszadókat, az internetes fórumok és az időjárás.

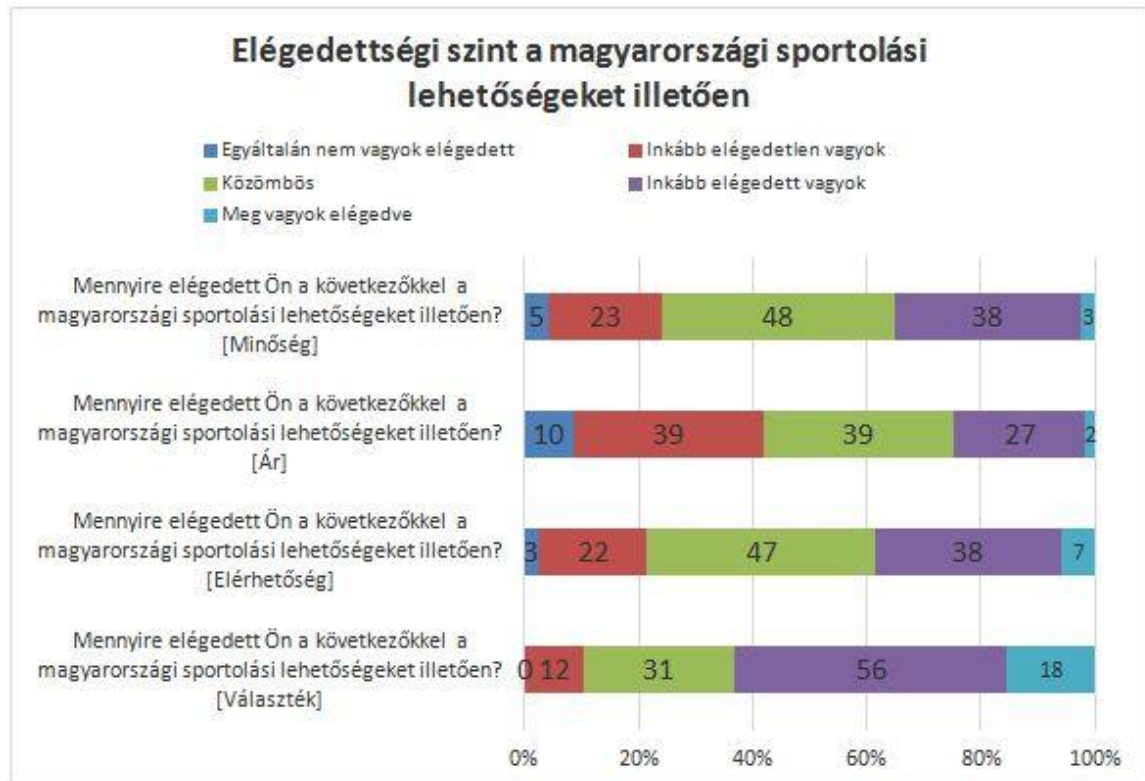
Nem meglepő módon azonban jelentősen befolyásolják a válaszadók sportolással kapcsolatos választását a játék élvezhetősége, a felmerülő költségek, valamint a társaság. Ez összevág a kvalitatív kutatás során feltárt tényezőkkel is, hiszen a társaság alapvető fontosságú egy sport esetében.

Jelentős, de a többihez képest mégis kisebb jelentőséggel bír a játék hasznossága is, amely szintén felszínre került a mélyinterjú elemzések során.

Arra a kérdésre, hogy a válaszadók melyik három sportot tartják a legnépszerűbb sportoknak a világon, a következő válaszokat kaptam: 112 alkalommal említették a labdarúgást, ebből mindössze 10 alkalommal nem az első helyen (azt gondolom ebben azért jelentős szerepet játszik az is, hogy európaiak vagyunk). 43-szor említették a kosárlabdát, 32 esetben az amerikai focit és 23 esetben az úszást. Ami meglepett, hogy viszonylag sokan (20) említették a krikettet, míg ezzel szemben csak 11-en a teniszt.

### 7.2.3. A magyarországi sportolási lehetőségek

A következő kérdésblokkban arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadók mit gondolnak a magyarországi sportolás lehetőségekről.



#### 11. ábra: Elégedettségi szint a magyarországi sportolási lehetőségekkel kapcsolatban

Ez az ábra a válaszadók elégedettségi szintjét hivatott megmutatni a magyarországi sportolási lehetőségekkel kapcsolatban. Amint az látható, négy különböző szempont volt megadva, amelyet egy 5-fokozatú skálán kellett a válaszadóknak értékelniük a szerint, hogy mennyire vannak megelégedve az egyes szempontokkal.

Könnyen kivehető az ábrából, hogy a válaszadók nagyon kevés esetben teljesen elégedetlenek a lehetőségeket illetően. Egy olyan ember sem volt, aki a választékkal nagyon elégedetlen lenne és mindössze 12 olyan válasz érkezett, ahol a válaszadók inkább elégedetlennek mondhatók (10,25%). A megadott válaszokkal a „választék” lehetősége a magasan legjobban értékelt szempontnak minősült. 56-an (47,9%) inkább elégedettek, míg 18-an (15,4%) teljesen elégedettek a magyarországi sportolási lehetőségek választékát illetően.

Az is észrevehető azonban, hogy a többi esetben már nem ilyen egyértelmű a helyzet, sőt, az mondható, az ár tekintetében igazán a negatív vélemények felé billen a mérleg. Az emberek itt kifejezetten elégedetlennek tekinthetők, hiszen a válaszadók 8,5%-a (10 db) nagyon elégedetlen, míg 33,3%-uk (39 db) inkább elégedetlennek mondható. Itt

mindössze két válaszadó mondta azt, hogy teljesen meg van elégedve a magyarországi árakat illetően.

Minőség és elérhetőség szempontjából azonban, ha választani kell, akkor inkább pozitívnak tekinthető a válaszadók véleménye. Azt gondolom, hogy ezek az eredmények összehasonlíthatók a mélyinterjúban kapottakkal, ahol az interjúalanyok szintén az árakkal kapcsolatos nehézségeket emelték ki.

Arra a kérdésre, hogy a válaszadók sportolnak-e, illetve sportoltak-e valaha bármilyen egyesületben, a túlnyomó többség igennel válaszolt.

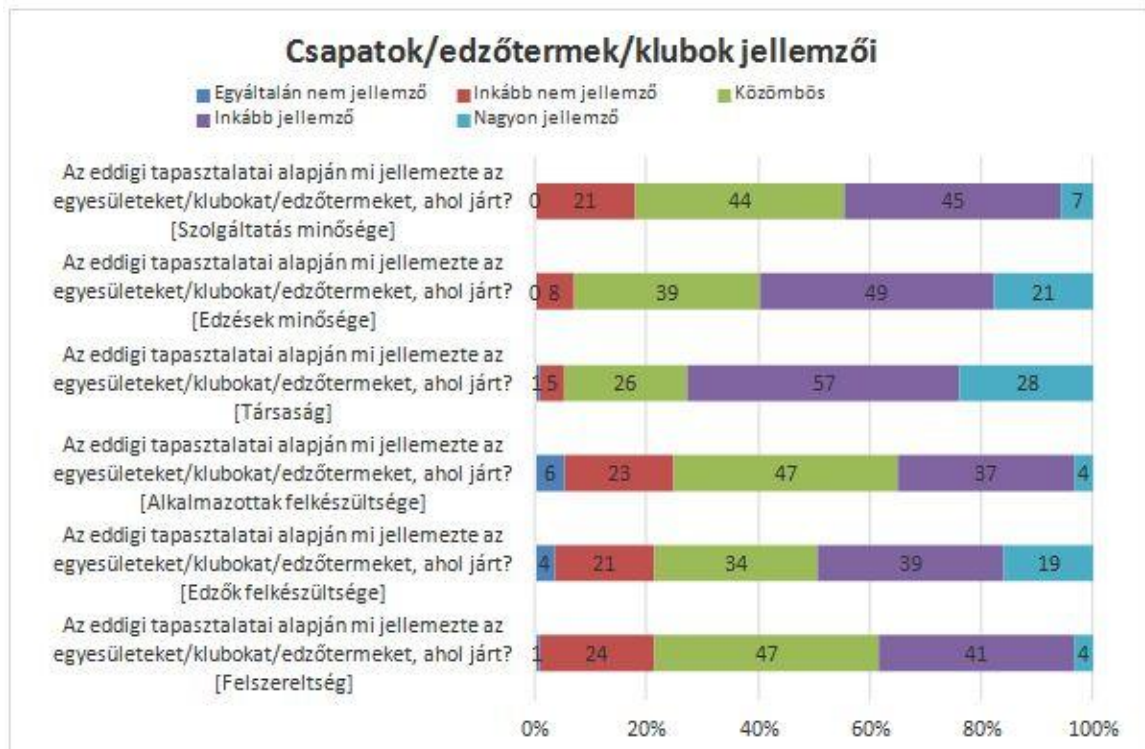


**12. ábra: Volt-e már tagja bármilyen egyesületnek?**

Látható, hogy ez a válaszadók több mint 80%-át jelentette ebben az esetben. Azok, akik nem sportoltak egyesületben, nem estek ki a további kérdések közül, hiszen mindezek ellenére rendszeresen sportolnak, tehát határozott elképzelésekkel és véleménnyel rendelkeznek a sportokat illetően.

Arra a kérdésre, hogy mit tartanak a válaszadók Magyarországon a három legnépszerűbb sportnak, természetesen eltérő válaszokat kaptam ahhoz képest, hogy miket tartanak a legnépszerűbb sportoknak a világon. Itt is a labdarúgás volt a legnépszerűbb, összesen 115-en említették (98,2%), ezek közül az említések közül pedig mindössze 12-en nem említették az első helyen.

A válaszadók ugyanakkor teljesen más sportokat említettek, mint a világ legnépszerűbb sportjainál, hiszen ebben az esetben 60 válaszadó említette a kézilabdát, 50-en válaszadó említette a vízilabdát és nagyon sokan voltak, akik kitértek a kajak-kenu/evezős sportok magyarországi jelentőségére is. Említették továbbá 22-en az úszást és 17-en a kosárlabdát a legnépszerűbb sportok között.



**13. ábra: Egyesületek jellemzői az eddigi tapasztalatok alapján**

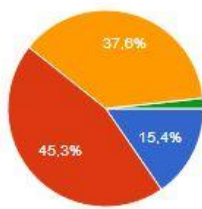
A következő kérdésnél arra voltam kíváncsi, hogy a válaszadók véleménye, tapasztalatai alapján mennyire értékelik a magyarországi csapatokat, klubokat, egyesületeket bizonyos, megadott szempontok szerint.

Észrevehető, hogy igazán kiugró eredményt a „társaság” ért el, hiszen ebben az esetben a válaszadók közül 85-en (72,6%) értékelték úgy, hogy a közösség nagyon meghatározó volt számukra, amikor ezeket az egyesületeket, klubokat látogatták. A válaszadók közül 28-an (24%) mondták azt, hogy ez nagyon meghatározónak számít.

Az is megfigyelhető, hogy nagyon kevés esetben kaptam azt a választ, hogy egy adott szempont egyáltalán nem volt jellemző az eddigi tapasztalataik alapján. Mindössze 1-1 ember (0,85%) említette a felszereltség illetve a társaság hiányát, 4-en (3,4%) az edzők felkészültségét, valamint 6-an (5,1%) az alkalmazottak felkészültségét. A szolgáltatás és edzések minőségét figyelembe véve azonban nem kaptam nagyon negatív válaszokat.

Fontosnak tartom megemlíteni, hogy inkább negatív válaszokat csak az alkalmazottak felkészültségének az esetében kaptam. Második legjobban értékelt szempont az edzések minősége, hiszen itt 49-en (41,88%) értékelték inkább jobbnak és 21-en (17,9%) gondolják úgy, hogy jó minőségűek voltak az magyarországi csapatoknál eltöltött edzések.

Szintén inkább pozitívan értékelték a válaszadók az edzők felkészültségét, a szolgáltatások minőségét, valamint a magyarországi egyesületeknél megfigyelhető felszereltséget is.



Sok esélye van, szüksége van az embereknek (jó) újdonságra	18	15.4%
Nagyon kemény munkával sikerülhet	53	45.3%
A kemény munka mellett hatalmas szerencse szükséges hozzá	44	37.6%
Nincs esélye	2	1.7%

#### 14. ábra: Egy teljesen új sport megmaradásának esélyei

Arra a kérdésre, hogy a válaszadók szerint mekkora esélye van egy új sportnak megragadni a sportok között, inkább pozitív válaszokat kaptam. Az emberek legnagyobb része szerint (45,3%) nagyon kemény munkával sikerülhet, de nagyon sokan gondolják azt (37,6%), hogy egy nagy adag szerencse is kell egy sport sikerességéhez. Érdekes látni azt, hogy nagyon kevesen, mindössze ketten (1,7%) mondták azt, hogy szerintük nincs esélye igazán sikeressé válni egy effajta újdonságnak.

Érdekes válaszokat kaptam arra a kérdésemre, hogy találkoztak-e a válaszadók az utóbbi időben új sportokkal. A válaszadók fele (44,4%) mondta ugyanis azt, hogy találkozott új sportokkal, amely eredmény nem tükrözi a mélyinterjú során feltárt eredményeket. Az ez utáni kérdésben, amikor arra szerettem volna fényt deríteni, hogy melyek voltak ezek a sportok, a következő válaszokat kaptam: footgolf, futchi, badmington, crossfit, bubbleball, bossa ball, korfbal, flag football, piloxing. Be kell vallanom, hogy a felsorolt sportok nagy többségéről még soha életemben nem hallottam, azonban mint a neveikből is látszik, bizonyosan labdával kell a legtöbbet játszani.

#### 7.2.4. A Teqballal kapcsolatos kérdések

A következő kérdésblokk már a számomra legérdekesebb témát vizsgálta, hiszen itt következtek a Teqballal kapcsolatos kérdések. A válaszadók közül 98-an (83,8%) hallottak már a Teqballról, míg 19-en (16,2%) nem. Itt azokat a válaszadókat, akik nemmel válaszoltak, megkértem, hogy tippeljenek egyet, vajon mi lehet az. A legtöbben természetesen valamilyen labdajátékra asszociáltak, volt azonban olyan, aki nagyon érdekes választ adott.

„Valamilyen squasheszerű sport.”

„Teke és foci ötvözete.”

Azokat a kitöltőket, akik nem ismerték a Teqballt, ennél a pontnál megkértem arra, hogy tekintsenek meg egy rövid videót a játékról, amely megnézése után véleményt tudnak formálni az ezután következő kérdéseknél is.

Arra a kérdésre, hogy a válaszadók hol hallottak a Teqballról, hasonló eredményeket kaptam, mint a kvalitatív kutatás esetében (itt több választ is meg lehetett adni). A legtöbben ugyanis valamilyen ismerőstől hallottak róla, ezeknek az embereknek az aránya 71,7% volt. Sokan találkoztak vele a közösségi oldalon (55,56%), de nem elhanyagolható a rendezvényeken való ismerkedés (31,3%) és a TV-ben való felfedezés (26,3%) sem.

A következő kérdés az volt, hogy az első alkalommal, amikor látták a játékot, felkeltette-e az érdeklődésüket. Fociszerető emberektől ennél valamivel jobb eredményt vártam, de azt gondolom, hogy a válaszok így is pozitívnak tekinthetők. A válaszadók közül 76 (65%) embernek felkeltette az érdeklődését a játék, míg 41 (35%) embernek nem. Ezek után külön csoportra bontottam a válaszadókat, aszerint, hogy érdeklődnek-e a játék iránt, vagy sem. Megkérdeztem őket arról, hogy mi az oka a válaszuknak.

Azok közül, akiknek felkeltette az érdeklődését, a legtöbben azt emelték ki, hogy azért, mert focin alapul és imádják a labdarúgást. Ha mélyebbre szeretnék ásni, olyan válaszokat is kaptam, amelyek szerint a Teqball fejleszti a labdával való ügyességüket, vagy éppen a gyengébbik lábuk technikáját. Sokan emelték ki továbbá azt is, hogy azért keltette fel az érdeklődésüket, mert tudnak róla, hogy magyar fejlesztés. Volt, aki számára az volt fontos, hogy érdekes a neve, mások pedig azt hangsúlyozták, hogy elég kevesen is ahhoz, hogy egy jót lehessen játszani.

*„Látványos és a szokványostól eltérő, újító játék, kihívás kipróbálni.”*

*„Újdonság, érdekes, kreatív, magyar.”*

*„Gondosan megtervezett, megszerkesztett játék.”*

*„Mert egy érdekes újdonság, ami megmozgat becsületesen.”*

Kíváncsi voltam természetesen azoknak az embereknek a véleményére is, akik azt mondták, hogy nem keltette fel az érdeklődésüket. Azt gondolom, hogy fociszerető emberektől a lehető legérdekesebb, azonban mégis tanulságos válaszokat kaptam. A legtöbben azt emelték ki, hogy nem elég ügyesek hozzá és mivel nehéznek tűnik maga a sport, ezért nem is igazán érdekli őket. Volt olyan, aki viszont a sport gyengeségeire hívta fel a figyelmet.

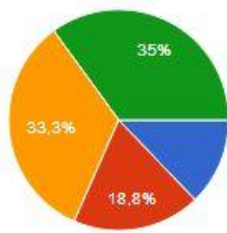
„A lusták sportja, aki nem hajlandó futni, az játszik ilyet.”

„Úgy gondolom, hogy nem elég élvezetes a nézők számára.”

„Számomra ez nem az a fajta sport, amit szívesen űznék, vagy követnék.”

„Mert a lusták focija, olyan embereknek találták ki, akik nem szeretnek mozogni.”

Ezekből a válaszokból látható, hogy sokan vannak, akik szerint nem elég izgalmas a játékot nézni. Ezt emelte ki Berni (25) is a mélyinterjúk során, valamint ezzel van összhangban az is, hogy vannak, akik unalmasnak tartják, illetve a lusták játékanak titulálják. Ezek szerint az emberek szerint lassúak a labdamenetek, ezért nem izgalmas se játszani, se nézni a sportágot. Ezeknek az embereknek a véleményét természetesen figyelembe kell venni, azonban a nagytöbbség fogadtatása így is pozitívnak tekinthető.



Tisztában vagyok a sport összes pontjával	15	12.8%
Nagyjából ismerem a szabályokat	22	18.8%
Alapjaiban tudom, hogy miről van szó	39	33.3%
Csak hallottam róla, ezenkívül nem tudok semmit	41	35%

### 15. ábra: Mennyit tudnak az emberek a Teqballról?

Arra a kérdésre, hogy mennyire ismerik az emberek a játékot, számomra egyáltalán nem meglepő, hogy milyen válaszokat kaptam. Mivel a Teqball csak nagyon kevés helyen játszható, ezért az mondható, hogy az emberek vagy csak hallottak róla, vagy pedig csak a nagyon alapszabályokkal vannak tisztában. A válaszadók 68,3%-a esik ebbe a kategóriába és mindössze 12,8%-uk mondta azt magáról, hogy teljes mértékben tisztában van a szabályokkal.

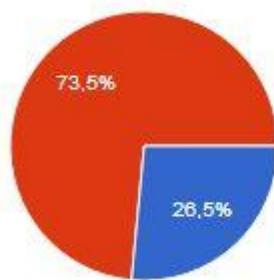
Azt gondolom, hogy itt ismét bebizonyosodott az, hogy a Teqball túl korán lépett a piacra és nem tudja kielégíteni azokat az igényeket, amelyek kielégítésével igazán magas szintre emelkedhetne. Véleményem szerint a válaszadók többsége nagyon szívesen játszana Teqballt, azonban az elérhetőség hiánya miatt szinte alig van erre lehetőség.

Ezután azt kérdeztem meg a válaszadóktól, hogy mennyire befolyásolja őket néhány tényező egy új sport kipróbálásánál. A felsorolt tényezők: a barátok véleménye, az internetes fórumok, az internetes blogok, az akciók, a közelség/elérhetőség és az ár voltak.



Az eredmények alapján egy új sport kipróbálását legkevésbé az internetes blogok és internetes fórumok befolyásolják, míg a leginkább a közelség és az ár. Ez a Teqball szempontjából egyáltalán nem jó hír, hiszen mivel csak nagyon kevés helyen lehet kipróbálni a játékot, elég kicsi az esélye annak, hogy azok az emberek, akik szívesen kipróbálnák, sokat utaznának miatta.

Nem meglepő ezek után az, hogy milyen válaszok érkeztek arra a kérdésre, hogy próbálták-e már a válaszadók a játékot.

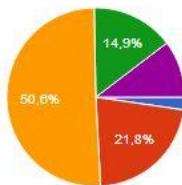


Igen	31	26.5%
Nem	86	73.5%

**16. ábra: A Teqballt próbáltak aránya**

A válaszadók 73,5%-a soha nem próbálta még a Teqballt. Azok az emberek, akik kipróbálták, választ adtak arra a kérdésemre, hogy hol tették mindezt (itt több válasz is megjelölhető volt). 12 játék Teqball teremben, 21 játék valamilyen fesztiválon, illetve rendezvényen, további 12 alkalom pedig valamilyen versenyen történt.

Megkérdeztem azokat az embereket, akik még nem próbálták a játékot, hogy mi az, ami jellemzi őket a Teqball kipróbálásával kapcsolatban.



Keresem a lehetőséget, hogy kipróbáljam	2	2.3%
Szívesen kipróbálnám, de nem keresem	19	21.8%
Amennyiben találkoznék vele, kipróbálnám	44	50.6%
Amennyiben találkoznék vele, elnézném egy darabig, de nem próbálnám ki	13	14.9%
Nem próbálnám ki, nem érdekel	9	10.3%

**17. ábra: Kipróbálnák-e a Teqballt?**

Látható, hogy mindössze a válaszadók 2,3%-a, azaz ketten adták azt a választ, hogy keresik annak a lehetőségét, hogy kipróbálják a játékot. A megkérdezettek 21,8%-a mondta azt, hogy szívesen kipróbálná, de nem keresi, a legtöbben viszont azok voltak (50,6%), akik ha véletlenül találkozoznának vele, akkor szívesen játszanának. Az is kitűnik

azonban, hogy mindössze 9-en (10,3%) vannak azok, akik nem próbálnák ki a játékot, azt gondolom, hogy ez a szám mindenféleképpen a Teqball erősségét mutatja.

A kérdőív vége felé közeledve megkértem a kitöltőket, hogy értékeljék a Teqballt az alábbi kijelentések szerint: újszerű, minőségi, izgalmas, élvezhető, szórakoztató, nehéz, valamint unalmas. A válaszokat ismét egy 5-fokú skálán kellett megadni.

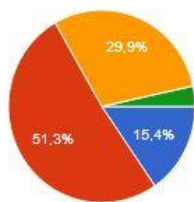
A válaszadók 80,4%-a tartja a Teqballt egy nagyon újszerű dolognak, mindössze 2-en (1,7%) mondták azt, hogy egyáltalán nem az. A megkérdezettek 69,3%-a a Teqballt minőséginek tartja, viszont csak 51,3%-uk tartja vélekedik úgy, hogy ez izgalommal párosul. A játékot izgalmasság szempontjából sokan közömbösnek ítélték meg.

A sportot az emberek 60,7%-a tartja élvezhetőnek, viszont csak 41%-uk gondolja azt, hogy mellette szórakoztató is.

A Teqball a válaszadók többsége szerint nehéz, azonban nagyon kevesen (12%) gondolják azt, hogy a játék unalmas lenne.

Ezek után az a kérdés következett, amelyben mindenkinek egyetlen szóval kellett jellemeznie a Teqballt. Leginkább pozitív válaszok érkeztek, mint az *ötletes*, *futurisztikus*, *siker*, *izgalmas*, *zseniális*, *pingfoci*, de olyan válaszokat is kaptam, mint a *tunyafoci*, vagy éppen az *unalmas*.

A kérdőív utolsó kérdése az volt (a szegmentáló kérdések előtt), hogy mekkora esélyt látnak az emberek a Teqball jövőbeli sikereit illetően.



Biztos vagyok benne, hogy sikeres lesz	18	15.4%
Nagyon kemény munkával és némi szerencsével sikeres lesz	60	51.3%
Nem lesz sikeres, de nem fog eltűnni	35	29.9%
Nem lesz sikeres	4	3.4%

### 18. ábra: A Teqball sikeressége

A válaszadók többsége pozitívan értékeli a Teqballt ebből a szempontból (is), azonban a legtöbben azt gondolják, hogy szerencse és nagyon kemény munka is szükségeltetik hozzá (51,3%). A kitöltők 15,4%-a kétségek nélkül bízik a Teqball sikerében, míg 3,4%-uk szerint nem lesz sikeres.

### 7.2.5. Faktorelemzés

Az adataimon faktorelemzést is végeztem, hogy a változókat csoportosítsam és megvizsgáljam a közöttük lévő összefüggéseket és korrelációkat. Első lépésben meghatároztam a problémát, amelyet úgy fogalmaztam meg, hogy a magyarországi sportolási szokásokkal (mi befolyásolja az embereket egy sport kiválasztásában, valamint mi befolyásolja egy teljesen új sport kipróbálásában), a magyarországi sportolási lehetőségekkel (mennyire elégedett, illetve miket tapasztalt), valamint a Teqballal kapcsolatban azonosítsam a változók különböző csoportjait.

Először az összes mérendő változóból képeztem faktorokat (30 db). Az alapvető jellemzői a faktorstruktúrának egészen jók voltak, ugyanakkor számos változó nem illeszkedett igazán jól a faktorokba.

Ebből az okból kifolyólag, második lépésben külön-külön hozam létre faktorokat az egyes kérdésblokkokból. Az alapvető cél az volt, hogy egy blokkból egy faktor (főkomponens) jöjjön létre, ám ez nem mindegyik kérdésblokknál volt megvalósítható.

#### 4. táblázat: A KMO és Bartlett teszt eredményei

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.751
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1445,285
	df	435
	Sig.	.000

A táblázatból kiderült, hogy a Bartlett teszt nullhipotézisét el lehet vetni, hiszen a szignifikancia szint kisebb 0,05-nél. A KMO tesztnek is megfelelt a faktorelemzés, hiszen értéke nagyobb 0,5-nél, a mutatószám erőssége pedig erős közepesnek mondható (0,751).

A faktorok az eredeti összvariancia 64%-át őrizték meg.

Az elemzésnek köszönhetően így négy különböző faktort sikerült elkülöníteni (az öt kérdésblokk egyikéből ugyanis nem alakult ki külön főkomponens, mert akkora hasonlóságot mutatott egy másik blokk kérdéseivel). A négy kialakult faktort varimax rotációval különítettem el.

Az 1. faktorba kerültek a Teqballal kapcsolatos változók, a 2. faktorba kerültek a tapasztalatok jellemzői a magyarországi lehetőségeket illetően, a 3. faktorba kerültek azok a változók, amelyek egy sport kiválasztását és egy új sport kipróbálását befolyásolják, a 4.

faktorba perig azok a változók kerültek, amelyek a magyarországi sportolási lehetőségekkel kapcsolatos elégedettséget mutatják.

### 7.2.6. Klaszteranalízis

A faktorelemzést követően a létrejött faktorok segítségével klaszteranalízist is végrehajtottam, hogy a megfigyelési egységet viszonylag homogén csoportokba tudjam rendezni.

Az elemzést lefuttattam az egyes változókból képzett faktorokkal (8 db), majd az egyes kérdéscsoportokból külön-külön képzett faktorokkal is. Az F-statisztikát és a számokat figyelembe véve végül a külön faktorokból képzett klasztereket tartottam relevánsabbnak a kutatás eredményességét illetően (a faktorelemzés után ez így is volt célszerű).

Szintén ezek miatt a szempontok (F statisztika és elemszám) döntöttem úgy, hogy 3 klasztert hozok létre.

A három klaszterbe megfelelő mennyiségű eset került, az első klaszterbe 43, a másodikba 19, míg a harmadikba 55.

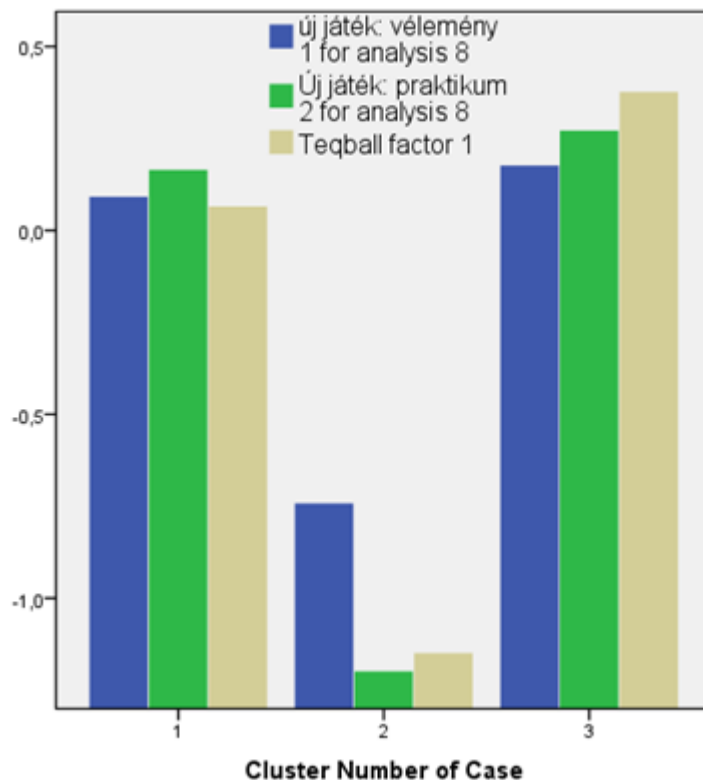
#### 5. táblázat: Esetek az egyes klaszterekben

Number of Cases in each Cluster	
Cluster 1	43,000
Cluster 2	19,000
Cluster 3	55,000
Valid	117,000
Missing	,000

A klaszteranalízis során kialakult klaszterek tulajdonságai:

#### 6. táblázat: A klaszterek jellemzői

	Final Cluster Centers		
	Cluster		
	1	2	3
Tegball factor 1	,06946	-1,23169	,37119
Új játék: mi bef A 1	,18482	-1,29442	,30267
mi jellemezte A	-,43746	-,96886	,67671
Mennyire elégedett factor	-,67394	-,56192	,72102



**19. ábra: A klaszterek diagramon való ábrázolása**

„A praktikus”

Az első klaszterbe tartozó emberek esetében a kérdések értékei átlag körül mozognak, azonban a hasznosság, praktikusság kérdésében valamiféle kiemelkedést mutatnak. Az jellemző rájuk, hogy leginkább a befolyásoló tényezők vannak hatással a sportolási szokásaikra, ez alapján azt lehet mondani, hogy szeretik hasznosan eltölteni az idejüket. Fontos nekik az ár, a barátok véleménye, a közelség és az elérhetőség, tehát általában a lehető legkézenfekvőbb megoldás szerint döntenek.

A klaszterekből kiderül, hogy kisebb súllyal esik számításba az esetükben az edzők, alkalmazottak minősége, a szolgáltatások, valamint a felszereltség, ha a sportolás kerül szóba.

A Teqballal és az újításokkal kapcsolatban alapvetően pozitívan vélekednek, azonban ez csak szimpátiának nevezhető, hiszen igazán fontosnak nem tartják. Ha döntenüik kell, akkor azt lehet mondani, hogy a Teqballt inkább jónak, mintsem rossznak értékelik.

Ebbe a klaszterbe 43 ember esett bele, ami a Teqballt figyelembe véve egy jó mutatónak mondható, hiszen ez azt jelenti, hogy akiknek semleges, azoknak ha döntenüik kell, akkor inkább pozitív gondolatai vannak vele kapcsolatban.

*„Egyik szempont sem fontos”.*

Azt lehet mondani, hogy ennek a klaszternek az emberei a kérdőív kitöltői közül a negatívabb értékeket hordozták.

A második klaszterbe kerültek ugyanis azok az emberek, akiknek a legtöbb szempont/attitűd gyengén számít, azonban mások véleményére valamivel mégis jobban adnak. Ez nem azt jelenti, hogy mások véleménye igazán fontos lenne nekik, mindössze annyit, hogy a többi mutatót figyelembe ez az, ami a leginkább meghatározó.

A sportok kiválasztásánál kevésbé befolyásolják őket a kényelmi, izgalmi, praktikussági szempontok, de nem is lehet igazából kiemelni semmit, ami igazán lényeges lenne számukra (ez persze nem azt jelenti, hogy nem érdekli őket ez a dolog, mindössze a többi válaszadóhoz képest ezek az emberek általában negatívabb értékeket adtak meg).

Ami számomra igazán lényeges, hogy a Teqballal kapcsolatos szempontok ugyanolyan kevésbé fontosak számukra, mint minden más. Ez azt jelenti, hogy ezek az emberek inkább elutasítók az új játékkal kapcsolatban, kevésbé tartják szórakoztatónak, izgalmasnak, minőséginek, vagy éppen élvezhetőnek.

Érdekes azonban a kutatás szempontjából az, hogy ebbe a klaszterbe „mindössze” 19 ember került, ami alig több mint a kutatásban résztvevők 10%-a.

*„A Teqball igenis nagyon jó”*

A harmadik klaszter esetében az értékek minden esetben valamivel átlag feletti, tehát minden szempont számít nekik. Ezeknek az embereknek ugyanolyan fontosak a hasznossági, kényelmi, szórakoztató elemek a sportolás kiválasztásánál, mint az, hogy mennyire elégedettek a magyarországi sportolási lehetőségekkel, valamint milyen véleménnyel vannak az eddigi tapasztalataikat figyelembe véve.

Az is észrevehető, hogy nekik kiugró véleményük van a Teqballal kapcsolatban, tehát kifejezetten újszerűnek, minőséginek, élvezhetőnek és szórakoztatónak találják.

A legtöbb ember a kutatás során ebbe a klaszterbe esett, ez szám szerint 55 főt jelent. Azt gondolom, hogy ez elég erőteljesen megmutatja nekünk azt, hogy az emberek legnagyobb része igazán pozitív véleménnyel van az új sporttal kapcsolatban. Ha összevetjük ezt azzal, hogy az első klaszterbe került emberek véleménye is pozitívnak mondható, akkor azt gondolom, hogy a Teqballra vonatkozóan ez egy igencsak jó visszajelzés a labdarúgást kedvelő emberektől.

### 7.2.7. Kereszt táblák

A klaszterek és a kategorikus háttérváltozókkal (demográfiai adatok) végzett kereszt táblás elemzés során kiderült, hogy csak az életkornak van szignifikáns kapcsolata a klaszterekkel.

**7. táblázat: Az életkor és a klaszterek kereszt táblája**

Crosstab

% within: Az Ön életkora?

		Cluster Number of Case			Total
		1	2	3	
Az Ön életkora?	18 – 25	37,3%	11,9%	50,7%	100,0%
	25 – 35	37,5%	15,0%	47,5%	100,0%
	35 – 50	28,6%	57,1%	14,3%	100,0%
Total		36,8%	15,8%	47,4%	100,0%

(p = 0,038)

A táblázatból jól lehet látni, hogy 18-25 év közöttiek több mint fele a harmadik klasztert erősíti, amely szerint a Teqball igenis jó. Nem meglepő, hogy a fiatalok így gondolkodnak az újításokról, valamint az sem, hogy alapvetően pozitívabban értékelnek nagyon sok mindent. Az ebbe a korosztályba esők többsége még jelen pillanatban is egyesületi szinten űzi a sportot, ezért sokkal intenzívebb és frissebb élményekkel rendelkeznek, amelyek alapján pozitívan értékelhetik az egyes szempontokat. A második klaszterbe szinte alig került ember közülük, ha pedig azt vesszük figyelembe, hogy ebbe a klaszterbe összesen 19 ember került, akkor ez a szám nagyon alacsonynak mondható.

Ha megfigyeljük, hogy a 18-25 év közöttiek mekkora arányban gondolkodnak pozitívan a Teqballról, akkor egy imponáns, 88%-os arányt kapunk. A korosztály második legnagyobb részére jellemző, hogy valamivel megfontoltabbak és nagyobb súllyal esnek számításba a praktikus tényezők.

A 25-35 évesek körében nagyon nagy hasonlóság mutatkozik a náluk egy generációval fiatalabbakkal, a számok szinte teljesen megegyeznek, főleg az első klaszter esetében. Az is megfigyelhető azonban, hogy a második klaszterbe esők aránya itt már valamivel magasabb, mint a 18-25 évesek körében.

A 35-50 évesek túlnyomó többsége ad mások véleményére a sportolással kapcsolatban, de ez is csak a többi szemponttal szembeni negatívabb vélemények miatt tűnik így. A

második klaszterbe tartozó emberek számára kevésbé fontosak a sportolással kapcsolatos szempontok, itt már a kornak, a tapasztalatoknak és az éveknek köszönhetően sokkal negatívabbak az értékek, mint a fiatalabbak esetében.

Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a korosztály minden egyes tagja elutasító lenne a Teqballt illetően. A táblázatból jól látszik, hogy a korosztály második legnagyobb része a „praktikus”, míg a legkisebb része a „Teqball igenis jó” klasztert erősíti.

Érdekes azonban, hogy ez a korosztály elutasítóbb a Teqballal kapcsolatban is, mint a fiatalabb generációk, amely szerintem a vállalkozás számára egy nagyon fontos szempont. Nem tartják a játékot annyira élvezhetőnek, nem tartják annyira szórakoztatónak, de a számok csalókák, hiszen ebbe a klaszterbe 19 ember esett, így az itt választ adó 35-50 év közöttiek csoportja „mindössze” 10 főt számlál.

#### **7.2.8. A kérdőíves megkérdezés összefoglalása**

A kérdőíves megkérdezést alapvetően pozitívnak lehet értékelni, hiszen 117 ember adott kielégítő válaszokat a kérdőívben megfogalmazott kérdésekre. Véleményem szerint nem meglepő az, hogy milyen hasonlóságok mutatkoztak a megadott válaszok és a mélyinterjú közben felszínre került információk között.

Amit biztosan ki lehet jelenteni:

- A megkérdezettek többsége ismeri a Teqballt.
- Ennek ellenére a megkérdezettek nagyon kevés része próbálta ki eddig.
- A válaszadók kipróbálnák, azonban csak nagyon kevesen vannak köztük olyanok, akik keresik is ezt a lehetőséget.
- Az emberek úgy gondolják, hogy a Teqballnak kemény munkával és szerencsével lehet csak sikereket elérnie.
- Sok embernek az a véleménye, hogy a játék unalmas és nem okoz örömet nézni.

A kérdőíves megkérdezés végén az emberek három különböző csoportját sikerült elkülönítenem klaszteranalízis segítségével, amelyet a változók csoportosítását szolgáló faktorelemzés előzött meg.

A keresztábrák megmutatták, hogy a klaszterekkel szignifikáns kapcsolatban csak az életkor áll, a nem és az iskolai végzettség nincs erre befolyással.



## 8. A DOLGOZAT ÖSSZEGZÉSE

Dolgozatom utolsó, záró részeként levonom a végső következtetéseimet, valamint értékelem a dolgozat írása és a kutatás közben kapott eredményeket. A munka során fontosnak tartottam, hogy objektíven szemléljem a Teqballt, hiszen csak így lehetett kötődés nélkül, pusztán a tényeket figyelembe véve értékelni a vállalkozás bemutatkozását a magyarországi piacon.

Nem titkolom, hogy a sport már a bemutatása előtt közel került hozzám, mind szakmai szempontokat, mind pedig magát a játék élvezhetőségét illetően. Véleményem szerint ennek a sportnak igenis helye van a magyar, de meg merem kockáztatni, hogy a világ összes sportja mellett is, hiszen tényleg képes lehet arra, hogy tömegeket mozgasson meg, mindezt pedig úgy tegye, hogy közben játékos módon fejlessze a játékosok képességeit. A gyerekek számára a játék tökéletes módszer a labdaérezék fejlesztésére és hihetetlen örömet ad.

A dolgozat összegzését két külön részre bontottam. Először értékelem a dolgozat elején állított hipotéziseimet, majd pedig az egész munka alapján teszek néhány személyes, mégis szakmai javaslatot arra vonatkozóan, hogy mik azok a dolgok, amelyeken a Teqballnak érdemes lenne változtatnia annak érdekében, hogy az emberek bizalmát ne veszítse el és mindenki elégedett legyen a vállalkozás működésével kapcsolatban.

### 8.1. A hipotézisek értékelése

A dolgozat legelején három hipotézist állítottam fel, amelyeket szerettem volna a dolgozat végén értékelni, természetesen úgy, hogy elfogadom a hipotéziseket. Nézzük, hogy az elméleti részek során feltárt tények és a kutatás során kapott eredmények milyen hatással voltak a megadott állításaimra.

#### H1: A magyar emberek pozitívan állnak az új sportokhoz.

Azt gondolom, hogy ez nem feltétlenül csak a magyar emberek esetében lenne igaz és ezzel már el is árultam azt a nem túl nagy titkot, hogy ez az állítás **igaznak** bizonyult. Véleményem szerint sikerült feltárni azokat a tényezőket, amelyek az embereket egy új sport kipróbálásánál motiválják. A mélyinterjú és a kérdőíves kutatás esetében is kiderült, hogy a sportolni szerető emberek nagyon szívesen próbálnak ki új lehetőségeket, nagyon szívesen vetik bele magukat valamilyen új kihívásba. Az is kiderült azonban, hogy nagyon sok esetben csak akkor próbálják ki az adott sportot, hogy ha nem látja őket sok ember.

Hogy ez miért van így? Azért, mert elsősorban olyan sportokat szeretnek kipróbálni, amelyekről azt gondolják, hogy nem lennének benne ügyetlenek, tehát van valamennyi érzékük hozzá.

A klaszteranalízis megmutatta, hogy a válaszadók jelentős többsége pozitívan gondolkodik ezt a kérdést illetően. A klaszteranalízis során három klaszter jött létre, amelyek közül a második klaszterbe eső emberek voltak elutasítóbbak, az ebbe a klaszterbe tartozók száma „mindössze” 19. Ezt azt jelenti, hogy a maradék 98 fő a másik két klaszterbe esik, amelyek esetében az új sportok kipróbálásával kapcsolatos kérdések pozitív értékelést kaptak.

Összességében úgy gondolom, hogy a sportszerető emberek szeretnek kipróbálni újításokat, onnantól pedig az első benyomásnak van hatalmas szerepe a játék esetleges megkedvelésében, elutasításában.

## H2: A magyar sportszeretők alapvetően elégedettek a magyarországi sportolási lehetőségekkel.

A dolgozat írásánál ez volt a három közül a legrizikósabb állítás. Jómagam nagyon sok helyen fociztam, nagyon sokat edzettem és úsztam és találkoztam igazán gyenge színvonalú létesítményekkel, igazán gyengén oktató edzőkkel és hozzá nem értő szakmabeliekkel.

Ennek ellenére a mélyinterjúk során napvilágra kerülő válaszok és a kérdőíves kutatás során kapott eredmények is arra engednek következtetni, hogy nyugodt szívvel fogadjam el az állítás helyességét, tehát a dolgozat alapján az állítás **igaz**.

A megkérdezettek jelentős többsége elégedett ugyanis a magyarországi sportolási lehetőségek választékát, minőségét és színvonalát illetően. A legmeghatározóbb és legkétségesebb elem azonban, mint nagyon sok mindennél, itt is az ár, hiszen mindenki szeretné megtalálni a számára legideálisabb ár-érték arányú helyeket, ahol megfelelő minőségben, megfelelő szolgáltatás mellett tudja hasznosan eltölteni az idejét.

A klaszteranalízis során kapott klaszterekre itt is lehet hivatkozni, hiszen egyetlen klaszter „született”, amelynek tagjai ebből a szempontból is negatívabb értékeléseket adtak. Természetesen a másik két klaszter tagjai sem adtak minden esetben pozitív válaszokat, azonban összességében kijelenthető, hogy a magyarországi választék, minőség és elérhetőség pozitív értékeket kaptak (az ár esetében ez nem annyira egyértelmű, mint a másik három szempont esetében).

H1: A Teqballnak minden esélye megvan arra, hogy sikeres legyen.

Azt gondolom, hogy ez az állítás megállja a helyét. Ugyan a dolgozat közben nagyon sok gyengeséget és hiányosságot sikerült feltárnom, mindezek ellenére az egész munkát figyelembe véve pozitívan értékelem ezt az állítást.

A mélyinterjú során hat különböző alannal készítettem interjút, akik már találkoztak a Teqballal, de közülük mindössze kettő ember volt, aki ki is próbálta a játékot. A kérdőív során megkérdezettek közül is a jelentős többség még nem jutott az asztal közelébe. Azonban olyan sportokat és labdarúgást szerető embereket sikerült megtalálnom, akik ha nem próbálták még a játékot, többnyire szívesen tennék ezt valamikor a jövőben.

Véleményem szerint a Teqball legnagyobb ereje az ötletben rejlik és ezt a labdarúgást szerető embereknek sikerül is észrevenniük (természetesen mindig lesznek kivételek). Ahhoz azonban, hogy ez az ötlet megálljon a lábán és a későbbiek folyamán akár világszinten kelljen számolni vele, sokkal összeszedettebb és jóval megfontoltabb stratégiát kell folytatni, hiszen rengeteg gyengeség került felszínre a dolgozat megírása során.

A klaszteranalízis során kiderült, hogy a sportoló, labdarúgást kedvelő emberek három klaszterbe sorolhatók és ezek közül egyetlen egy volt, amely tagjai negatívan álltak a Teqballhoz. Ebbe a klaszterbe azonban 19-en tartoztak, míg a másik két klaszterbe tartozók száma ennél jóval magasabb volt. Azok, akik ezekbe a klaszterekbe tartoztak, pozitívan értékelik a Teqballt, ezzel együtt a jövőbeli sikereit is.

A kutatás során megkérdezettek jelentős arányban úgy gondolják, hogy a Teqballnak nagyon kemény munkával és némi szerencsével sikerülhet megragadnia a népszerű sportok között. Ez az út rögös, de az állítás, miszerint a Teqballnak minden esélye megvan arra, hogy sikeres legyen, **igaz**.

## **8.2. Javaslatok és vélemény a Teqballal kapcsolatban**

Úgy gondolom, hogy a dolgozat legvégén, mindenféleképpen javaslatokat kell tennem arra vonatkozóan, hogy mikén lenne érdemes változtatnia, miben lenne érdemes megújulnia a vállalkozásnak. Véleményem szerint a Teqball alapvetően jól működik, és jól gazdálkodik az erőforrásaival. Vannak azonban olyan hiányosságok, amelyek már a SWOT-analízis során is felszínre kerültek és vannak olyan hiányosságok, amelyek a kutatás során derültek ki.

Azt hiszem azt nem nehéz kijelenteni, hogy a Teqballnak még várnia kellett volna a piacra lépéssel kapcsolatban, hiszen nem volt akkora kapacitás és nem volt annyi termék, amellyel igazán kiszolgálhatták volna a piaci igényeket.

Az egyéni véleményem, a vállalkozásról leírtak és a kutatás során feltártak alapján a következő javaslatokkal élnék a vállalkozás sikeresebb jövőjének érdekében, a 4P-t figyelembe véve, természetesen a legnagyobb hangsúlyt a promócióra helyezve.

### Product – termékpolitika

A Teqball elsődleges terméke, amelyből a legnagyobb bevétel származik majd, az a Teqball asztal. Véleményem szerint egészen addig nem érdemes foglalkozni kiegészítőkkal, ameddig a végtermék nem tökéletes.

Jelen pillanatban az a feladat, hogy sikerüljön beindítani a tömeggyártást, hiszen ameddig ez nem működik tökéletesen, addig nem lesz miből kiszolgálni a piaci igényeket. Nagyon sok ember ugyanis most is vár az általa megrendelt termékre és hosszú távon ez a bizalom elvesztését eredményezi.

A jövőben mindenféleképpen készítenék az eredeti terveknek megfelelően limitált szériás asztalokat és egyedi gyártású asztalokat is. Ezzel a Teqball egyedi értéket adna a termékéhez, az emberek még inkább sajátjuknak érezhetnék a vállalkozást, a terméket, a márkát és a sportot.

### Price – árpolitika

Az árakkal kapcsolatban jelen pillanatban annyit lehet tudni, hogy a végső asztal, az egész világon mindenhol, ahol árusítani fogják, egységesen 2.400 Euró lesz. Azt gondolom, hogy a beindulás után ez az ár nem fog annyira csökkenni, hogy az átlagemberek számára is elérhető legyen, így pontosítani kell a végső felhasználókat és a célcsoportokat.

Minden egyes célcsoportnak külön fel kell hívni a figyelmét a számukra lehetséges előnyökre, ami alapján azt érezhetik, hogy megéri az asztalba befektetni.

Amennyiben a későbbiek folyamán valaki több asztalt is rendelne, esetleg sokadik asztalát vásárolja meg, biztosítanék számára kedvezményeket.

A Teqballnak természetesen figyelembe kell vennie a szabadalmak költségeit, az alapanyag beszerzésének költségeit, valamint a szállítás és tárolás költségeit is, amikor meghatározza azt az árat, amely esetén már megfelelő nagyságú profitról beszélhetnek.

A termék- és árpolitika közös pontjaként létre kell majd hozni olyan termékváltozatokat, amelyek alapjaiban képesek ellátni ugyanazokat a funkciókat, amelyeket az eredeti asztal, azonban ezzel a fejlesztéssel mégis nagyobb tömegek számára válhatna elérhetővé a játék. Úgy gondolom, hogy egy jó minőségű pingpongasztal áráért már a Teqball asztal is elérhető kellene, hogy legyen a közönség számára.

#### Place - elosztáspolitikai

Azt gondolom, hogy a Teqball disztribúciós rendszere a megfelelőképpen van kidolgozva. Értem ezt az alatt, hogy az adott ország disztribútorai kellőképpen vannak motiválva annak érdekében, hogy a saját országukban a tökéletes módon népszerűsítsék és képviseljék az anyacéget.

Azzal, hogy az adott országban jelen lévő ember ismeri a kultúrát, az embereket és a szokásokat, a Teqball nagyon sok energiát spórol meg magának, hiszen egy ilyen ember egy profi csapattal a háta mögött a lehető legtökéletesebben tudja elvégezni az adott feladatokat.

A vállalkozás nagyon sok országban kell, hogy létrehozzon lerakatokat, ugyanis lehetetlen egyetlen egy központból kiszolgálni a világ legkülönbözőbb területeiről érkező rendeléseket. Ezért minden földrészen szükséges minimum egy olyan lerakat létrehozása, ahonnan el lehet szállítani az asztalokat a megrendelés helyszínére.

#### Promotion – ösztönzéspolitika

Ez a leglényegesebb kérdés az összes pont közül, hiszen ennek köszönhetően alakul ki az emberek véleménye a Teqballról. A dolgozat során nagyon sok mindenre fény derült ugyanis, amely a marketingcélok megfogalmazásának hiányában léphetett fel.

A válaszadók közül sokan nem tudták, hogy mi is az a Teqball, akik pedig már hallottak róla, azok közül sem próbálta mindenki.

Ezért a következő javaslatokkal élnék a Teqball szempontjából:

- sokkal több helyen és nagyobb intenzitással kell megjelenni, ugyanis akkor tudnak egy egységes, egybeformálódó képet kialakítani a vásárlók tudatában, ha a fogyasztók folyamatosan találkoznak velük;
- sokkal több játékmenetről kellene videót feltölteni, ami lényegében összefügg az előző kérdéssel, azonban a megkérdezettek többsége nem ismerte a játék alapszabályait sem. Ezek a szabályok játék közben, vagy akár egy-egy látványos videó nézése közben sokkal jobban rögzülnének az emberek tudatában;

- az embereknek több lehetőséget kellene biztosítani a játék kipróbálására, hogy saját bőrükön tapasztalják az élvezhetőségét;
- el kell érni egy igazán nagy sztárt, hogy az emberek tudják kihez kötni a játékot. Az egyéni véleményem is az, hogy ha ez sikerül, akkor a világ minden pontján szeretnének majd Teqball asztalt venni.

### **8.3. Záró gondolatok**

Dolgozatom írása során törekedtem arra, hogy a lehető legtisztább képet adjam a vállalkozás helyzetéről, valamint a lehető legrelevánsabb kérdéseket tegyem fel a kutatás során. A dolgozat írását élveztem az elejétől a végéig, hiszen sikerült egy olyan témát választanom, amely igazán közel áll hozzám.

Fociimádó emberként és sokévnnyi sporttal a hátam mögött azt gondolom, hogy a Teqball legnagyobb erőssége az, hogy a labdarúgáshoz millió szállal köthető. Ez a teljesen új, mégis kézenfekvő ötlet nagy mértékben járulhat hozzá a koncentráció, technika és állóképesség fejlesztéséhez is, tehát nagy hasznát vehetik majd a labdarúgásban, leginkább az utánpótlás fejlesztésben.

Magyar emberként csak szurkolhatunk annak, hogy ez a magyar fejlesztés a lehető legnagyobb sikereket érje el.

## 9. IRODALOMJEGYZÉK

### Könyvek

Cheverton, P. [2002]: A márkaimázs felépítése. 2005, Alexandra Kiadó, Pécs.

Foer, F. [2004] A világ foci szemmel. A labdarúgás mint korunk jelenségeinek magyarázata. 2008, HVG Kiadó, Budapest.

Józsa, L. [2014]: Marketingstratégia – a tervezés gyakorlata és elmélete. Akadémia Kiadó Zrt., Budapest.

Kotler, P. [1999]: A marketingről. Jönni, látni, győzni – a piacon. 2000, Park Könyvkiadó, Budapest.

Papp-Váry, Á. [2009] Mágikus márkázás: Beckham. Századvég Kiadó, Budapest.

Papp-Váry, Á. [2013]: A márkanév ereje. Dialóg Campus Kiadó, Budapest.

### Tanulmányok

András, K. [2003a] A sport és az üzlet kapcsolata – elméleti alapok. Műhelytanulmány, Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest

András, K. [2003b] Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján keresztül. Ph. D. értekezés, Vállalatgazdaságtan Tanszék, Budapesti közgazdaság-tudományi és Államigazgatási Egyetem, Budapest

### Internet

<http://www.sportagvalaszto.hu/index.php?m=14310> (letöltve: 2015.10.19.)

<https://www.kickstarter.com/> (letöltve: 2015.10.26)

<http://futtoc.com/en/> (letöltve: 2015.10.23.)

<http://www.headis.com/> (letöltve: 2015.10.25.)

<http://www.teqball.com/> (letöltve: 2015.08.28)

## 10. MELLÉKLETEK

### 10.1. Kérdőíves kutatás

Tisztelt Válaszadó! A következő kérdőív kitöltése az Ön sportolási szokásait, a magyarországi sportolási lehetőségeket és a Teqball nevű új sportág jövőjét hivatott felmérni. Kitöltése teljesen névtelen és mindössze néhány percet vesz igénybe. Köszönöm, hogy válaszaival segíti munkámat.

#### Bevezető kérdések - Sport

1. Milyen gyakran szokott sportolni?

- Naponta
- Hetente több alkalommal
- Hetente egyszer
- Havonta több alkalommal
- Havonta egyszer

2. Milyen sportot űz szívesen? (több lehetőség is megjelölhető)

- Futás
- Labdarúgás
- Kosárlabda
- Kézilabda
- Úszás
- Testépítés, fitness
- Egyéb:.....
- ....

3. Mennyire befolyásolják Önt a sport kiválasztásában a következők? (5 fokozatú skála, ahol: 1 – Egyáltalán nem befolyásol, 5 – Jelentősen befolyásol)

- Korábbi élmények
- Társaság
- Internetes fórumok
- Játék élvezhetősége
- Játék hasznossága (egészség)
- Felmerülő költségek (pályabérlés, eszközök, ruházat beszerzése)
- Időjárás

4. Mekkora összeget költ Ön havonta sportolásra?

- Kevesebb, mint 5000 Ft
- 5000 – 10000 Ft
- 10000 – 15000 Ft
- 15000 Ft felett

5. Véleménye szerint melyik a 3 legnépszerűbb sport a világon?

.....



### **Magyarországi sportolási lehetőségek, új sportok**

6. Mennyire elégedett Ön a következőkkel a magyarországi sportolási lehetőségeket illetően? (5 fokozatú skála, ahol: 1 – Egyáltalán nem vagyok elégedett, 5 – Nagyon elégedett vagyok)

- Választék
- Elérhetőség
- Ár
- Minőség

7. Tagja (volt) Ön bármilyen magyarországi sportegyesületnek/klubnak?

- Igen
- Nem

8. Az eddigi tapasztalatai alapján mi jellemezte az egyesületeket/klubokat/edzőtereket, ahol járt? (5 fokozatú skála, ahol: 1 – Egyáltalán nem jó, 5 – Nagyon jó)

- Felszereltség
- Edzők felkészültsége
- Alkalmazottak felkészültsége
- Társaság
- Edzések minősége
- Szolgáltatás minősége

9. Véleménye szerint melyik a három legnépszerűbb sport Magyarországon?

.....

10. Ön szerint mekkora esélye van egy új sportnak „megragadni” az ismert, már régóta népszerű sportok mellett?

- Sok esélye van, szüksége van a sportoknak újításra
- Nagyon kemény munkával sikerülhet
- A kemény munka mellett hatalmas szerencse szükséges hozzá
- Nincs esélye

11. Volt olyan sport az utóbbi időben, amely újdonságnak számított és felkeltette az érdeklődését?

- Igen
- Nem

12. Ha igen, mi volt ez (mik voltak ezek)?

.....

### **Teqball**

1. Hallott már a Teqball nevű új játékról?

- Igen
- Nem

2. Amennyiben nem hallott a Teqball nevű játékról, mire gondol először a nevet olvasva?

.....

Amennyiben nem hallott még a játékról, kérem tekintse meg a következő videót:  
<https://www.youtube.com/watch?v=73HIFIm4Q3g>

3. Amennyiben már ismeri a Teqball nevű játékot, hol hallott róla? (több lehetőség is megjelölhető)

- TV-ben
- Közösségi oldalon (Facebook, Twitter, Instagram)
- Videó megosztó oldalon (Youtube)
- Ismerősöktől
- Valamilyen rendezvényen találkoztam vele
- Egyéb:.....

4. Amikor először látta a játékot, felkeltette az érdeklődését?

- Igen
- Nem

5. Amennyiben felkeltette az érdeklődését, miért?

.....

6. Amennyiben nem keltette fel az érdeklődését, miért?

.....

7. Mennyire ismeri Ön a játékot?

- Tisztában vagyok a sport összes pontjával
- Nagyjából ismerem a szabályokat
- Alapjaiban tudom, hogy miről van szó
- Csak hallottam róla, ezen kívül nem tudok semmit

8. Mennyire befolyásolják Önt egy új játék kipróbálásánál a következők? (5 fokozatú skála, ahol: 1 – Egyáltalán nem befolyásol, 5 – Jelentősen befolyásol)

- Barátok véleménye
- Internetes fórumok
- Internetes blogok
- Akciók
- Közelség/Elérhetőség
- Ár

9. Próbálta már Ön a Teqballt?

- Igen
- Nem

10. Amennyiben próbálta, hol? (több lehetőség is megjelölhető)

- Teqball teremben
- Fesztiválon/rendezvényen
- Versenyen
- Egyéb:.....

11. Amennyiben nem próbálta még a játékot, mi az ami jellemző Önre?

- Keresem a lehetőséget, hogy kipróbáljam
- Szívesen kipróbálnám, de nem keresem
- Amennyiben találkoznék vele, kipróbálnám
- Amennyiben találkoznék vele, elnézném egy darabig
- Nem próbálnám ki, nem érdekel

12. Az eddig látottak és tapasztaltak alapján Ön szerint mennyire jellemzőek a Teqballra a következő állítások? (5 fokozatú skála, ahol: 1 – Egyáltalán nem jellemző, 5 – Nagyon jellemző)

- Újszerű
- Minőségi
- Izgalmas
- Élvezhető
- Szórakoztató
- Nehéz
- Unalmas

13. Ha 1 szóval kellene jellemezni a Teqballt, mi lenne az?

.....  
.....

14. Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol a Teqball jövőbeli sikereit illetően?

- Biztos vagyok benne, hogy sikeres lesz
- Nagyon kemény munkával és némi szerencsével sikeres lesz
- Nem lesz sikeres, de nem fog eltűnni
- Nem lesz sikeres

**Személyes kérdések**

1. Az Ön neme?

- Férfi
- Nő

2. Az Ön életkora?

- 18 év alatt
- 18 – 25
- 25 – 35
- 35 – 50
- 50 felett

3. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- Általános iskola
- Középiskola
- Technikum/Felsőfokú szakképzés
- Egyetem/Főiskola

**10.2. Mélyinterjú guide**

- bemutatkozás, beszélgetés céljának ismertetése
- helyszínválasztás az interjúalanyok igényeinek megfelelően (feszültségmentes légkör)
- fontos, hogy nincs jó vagy rossz válasz, a lényeg az őszinteség
- interjúalanyok 18 év feletti hobbisportolók, akik minden esetben kedvelik a labdarúgást és hallottak már a Teqballról

Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás

- 1) Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!
- 2) Hogyan szokott kikapcsolódni?

Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára

- 3) Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?
- 4) Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)
- 5) Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása

- 6) Milyen sportokat szokott űzni?
- 7) Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?
- 8) Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball

- 9) Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?
- 10) Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?
- 11) Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?
- 12) Szokott kipróbálni új sportokat?
- 13) Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?
- 14) Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?
- 15) Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?
- 16) Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?
- 17) Felkeltette az érdeklődését? Miért?
- 18) Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?
- 19) Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?
- 20) Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?
- 21) Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?
- 22) Próbálta már Ön a játékot?
- 23) Amennyiben igen, milyen élmény volt? Hol próbálta?
- 24) Amennyiben nem, kipróbálná? Miért?
- 25) Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?
- 26) Mit talál a sport legnagyobb előnyének?
- 27) Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?

Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók

- 28) Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?
- 29) Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?
- 30) Mit gondol a Teqball árairól?
- 31) Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

Befejező rész

- 32) Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?
- 33) Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?
- 34) Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

Lezárás – köszönet a részvételért, búcsúzás

A mélyinterjú közben means end chain módszer alkalmazása

### **10.2.1. Interjú I.**

#### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Ádám vagyok, 22 éves, Budapesten élek a családommal és informatikát tanulok az ELTE-n.*

K: Hogyan szokott kikapcsolódni?

V: *Szeretek konzolokon játszani, együtt lenni a barátaimmal, olvasni és meccseket nézni.*

### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?

V: *Nem sportolok nagyon gyakran, edzeni szoktam eljárni és úszni, ezt körülbelül hetente, kéthetente egyszer. A sportolás egyenlő az egészséggel és a kikapcsolódással is.*

K: Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)

V: *Utoljára előző héten mentem el úszni az újpesti Halassy uszodába nagyon korán reggel, apukámmal együtt. Igazából nekem nem is volt kedvem, miatta keltem fel.*

K: Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

V: *Korábban rengeteg helyre jártam úszni, nagyon sok korai edzést kellett így látogatnom, ez nem volt a lehető legkellemesebb élmény.*

### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása**

K: Milyen sportokat szokott űzni?

V: *Úszom és kondizom, nagyon ritkán focizom is.*

K: Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?

V: *A kedvenc sportom a foci. Annak ellenére, hogy nem vagyok benne kifejezetten ügyes, nagyon szeretem nézni ezt a sportágat.*

K: Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

V: *Nézni és űzni is jobb a csapatsportokat, kár, hogy nem vagyok igazán labdaügyes.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *Azt gondolom, hogy aki igazán szeretné, az megtalálja azt, amit szeretne. Abból tudok kiindulni, hogy sok edzőtermet látogattam meg, mire találtam egy olyat, ahol igazán jól és mindenféle feszültségtől mentesen tudok edzeni.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *Ugyanaz a véleményem, mint az előző kérdésnél. Aki szeretné, megtalálja a neki megfelelőt a választékból, értem ezt a minőségre is.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Igazából ha tehetném, akkor mindent hagynék így, nem hiszem, hogy külföldön sokkal rózsásabb lenne a helyzet, főleg, hogy azt gondolom, nem is rossz.*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Nem igazán jellemző, hiszen mint mondtam, nem annyira jó a labdaérzésem. Ha azonban olyan emberek vannak körülöttem, akikkel jól lehet ezen nevetni, akkor szívesen.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *Ne legyen benne nagyon béna.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *Hallottam néhányról, mint például a billiárd, vagy a golf focilabdával és lábbal.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Szerintem mindenkinek fontos. Bár gyerekként rühelltem a focit, most pedig rajongok érte.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *A TV-ben láttam, aztán pedig egy ismerősöm is mesélt róla.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Igen, jó mókának tartottam annak ellenére, hogy azt gondolom, nem lennék benne ügyes.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Az, hogy szívesen elnézném, ahogy ezen játszanak egymás ellen a Manchester United focistái.*

K: Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?

V: *Egy élvezetes játék, amely ha komolyan veszik, akkor nagyon hasznos is lehet.*

K: Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?

V: *Nagyon komolyan kell dolgoznia a sikeren és soha nem szabad feladni, még olyan szituációban sem, amikor már úgy tűnik, hogy minden elveszett.*

K: Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?

V: *Hát, igazából nem olyan sokat. Elnézegettem a játékot, de nem néztem utána bővebb információknak.*

K: Próbálta már Ön a játékot?

V: *Még nem.*

K: Kipróbálná? Miért?

V: *Kipróbálnám, amikor nem lát senki, mert élvezetesnek tűnik.*

K: Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?

V: *Szerintem igen, hiszen láttam, hogy már Premier League-s csapatok is használják. Azt gondolom, hogy a világ legerősebb bajnokságáig eljutni, az már mutat valamit.*

K: Mit talál a sport legnagyobb előnyének?

V: *Hazavihető és mindenki által játszható. Nem kell hozzá sok hely, olyan mint a pingpong.*

K: Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?

V: *Azt hiszem az asztal árát, ezáltal az elérhetőségét.*

K: Említette, hogy a Teqball nagyon hasznos lehet a labdarúgásban. Miért fontos ez Ön szerint?

V: *Azt gondolom, hogy egy élvezetes, de hasznos dolog sokkal jobban motivál mindenkit, mintha szimplán csak jó lenne.*

K: Miért tartja ezt fontosnak?

V: *Azért, mert az emberek manapság mindenben a hasznót keresik. Ha esznek, akkor abban, ha pénzt költenek, akkor abban, ha pedig valaki saját megának talál valamilyen hasznos, akár egészséges dolgot, akkor abban.*

K: Miért tartja ezt igazán fontosnak?

V: *Azért, mert ha építi valaki az egészségét, akkor a tudattól talán boldogabb. De nem tudom, én nagyon lusta vagyok.*

### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *Fontosnak tartom, főleg úszás esetében. Manapság egy diákbérlet sem olcsó egy olyan helyre, ahol jók a szolgáltatások.*



K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Leginkább a helyszínt az úszásnál.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *A korábbiakban már említettem, hogy drágának tartom. Biztos sokan megfizetik majd, de nem tudom, hogyan jut majd el az átlagos emberekhez.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Pont ezért nem is az átlagemberek, hanem a csapatok, játékosok és talán sportlétesítmények.*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *Az utolsó osztályok közötti kidobós a gimnázium utolsó évében. A B osztály küzdött az A osztály ellen és 8 év minden ellentéte benne volt.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *Mostanában arra gondolok közben, hogy ez jól tesz az egészségemnek, mellette ha meccset nézek azt csak azért, mert szeretem az izgalmat és szurkolni.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *Sok helyen fordultam meg és láttam nagyon koszos és förtelmes öltözőket, embereket, de alapvetően nincs vele sok bajom.*

### **10.2.2. Interjú II.**

#### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Barbara vagyok, 23 éves, Budapesten élek a családommal. Több, mint 10 évig sportoltam (labdarúgás) versenyszerűen, ezt 2 térdműtét miatt fejeztem be. Sportmenedzserként végeztem a mesterképzést a Testnevelési Egyetem és a Budapesti Corvinus Egyetem közös képzésén. A diploma megszerzését követően a sportszektorban helyezkedtem el.*

K: Hogyan szokott kikapcsolódni?

V: *Szabadidőmet szeretem aktív kikapcsolódással tölteni, gyakran járunk sportolni barátokkal (foci, footgolf, squash, futás, bicikli). Szívesen látogatok sporteseményeket, illetve a család, olvasás, ami leginkább leköti.*

#### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?

V: *A labdarúgás befejeztével a heti 5-6 edzést igyekszem tartani, de az elmúlt fél évben hetente csak 3-4 alkalommal végzek testmozgást. A sportról számomra, csapatjátékosként a csapatszellem, a felszabadultság és a lehetőségek jutnak eszembe.*

K: Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)

V: *Ma reggel futottam, de edzőtermi edzést utoljára 3 napja végeztem. Ekkor egyedül voltam, futottam, has-, hat-, karizomgyakorlatokat végeztem, illetve ugrálóköteleztem, körülbelül órán keresztül.*

K: Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

V: *Egyesületben sportoltam 12-13 évig, ami természetesen rengeteg előnnyel járt, de néhány dologról le is kellett mondanom. A sportnak köszönhetően jártam rengeteg gyönyörű helyen (Mexico, Brazília, Dánia, Svájc, Amerika,...), szoros barátságokat kötöttem (külföldiekkel is), illetve a sport véleményem szerint pontosságra tanít, ritmust ad az életnek, kompromisszum készebb lesz az ember. Ugyanakkor a folyamatos edzések, meccsek következtében kevesebb idő jut a családra, a sporton kívüli barátokra.*

### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása**

K: Milyen sportokat szokott űzni?

V: *Foci, futás, úszás, biciklizés.*

K: Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?

V: *Természetesen a labdarúgás, ezt csináltam hosszú évekig, ma sem tudom elképzelni, hogy ne játsszon szerepet az életemben.*

K: Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

V: *Alapvetően a csapatsportokat preferálom, de gyerekkorban az úszást tartom a legfontosabbnak. Az egyéni sportolásnak az előnye, hogy "nem függünk" mástól, míg a csapatsportban a sportolót nemcsak a saját, hanem csapattársai teljesítménye is befolyásolja, komoly felelősséggel tartozunk a csapatért.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *A sportszolgáltatások terén Magyarország komoly előrelépést mutat az elmúlt 3-5 évben, azonban ezeknek a kihasználtsága lehetne jobb. A kültéri "fitness parkok" telepítésével olyan célcsoportot sikerült megfogni, aki korából, vagy egzisztenciális*

*helyzetéből adódóan nem venne igénybe sportszolgáltatást. Edzőtermeket illetően egyébként - legalábbis Budapesten - nem lehet ok panaszra.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *Egyesületek tekintetében a saját sportágamat (női labdarúgás) tekintve azért akadnak hiányosságok, már a vidéki nagyvárosokat figyelembe véve is. Az utánpótláshelyzet azonban még a fővárosban sem elég megoldott. A minőséget tekintve a legtöbb sportágban a topcsapatok és topklubok infrastruktúrális, menedzsment és az egyéb tényezők minősége magas, míg a kisebb költségvetésű klubok egyes területein alacsonyabb a minőség.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Ahogy korábban is mondtam az utánpótlásképzésbe szakemberek bevonása. Rendelkezzen minden egyesület stratégiával, ne adhoc döntések szülessenek komoly kérdéseknél. Ahogy cégeknél, klubokban is fektessenek le szabályrendszert, policyt. Ne érdekek miatt álljon fel a csapat, olykor már utánpótlás szinten is...*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Igen, előszeretettel próbálok ki sportinnovációkat. Az elmúlt évben ilyen volt a footgolf, focibilliárd, a Teqball.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *Valamiféle érzésem legyen hozzá, ne kelljen sok speciális kellék és lehessen többen is játszani.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *Az előzőekben felsorolt sportokon kívül nem.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Véleményem szerint az első élmény minden esetben meghatározó. Amennyiben az élmény negatív, úgy nem érzünk indítást máskor is végezni azt a sporttevékenységet.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *A Teqballról Huszár Viktor feltalálótól hallottam először, aki a BME Futsal Club elnöke is egyben, ahol játszottam 2 évig.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Természetesen. Elsődlegesen azért, mert foci alapú, így közelállónak éreztem, másfelől pedig mindig is szerettem új dolgokat kipróbálni és izgalmas, hogy olyan sportágról beszélhetünk, amit magyarok alapítottak.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Amikor először láttam, akkor rögtön kipróbálhattam, így az első benyomás a személyes tapasztalaton alapszik. Az első 10-15 perc rettentően nehezen ment, körülbelül ennyi időbe telt, míg ráéreztem az asztal méreteire, illetve a görbület okozta kipattanásra. Ezt követően vált egyre élvezetesebbé a játék.*

K: Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?

V: *Szórakozás, izgalom és düh az elvesztett pontoknál.*

K: Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?

V: *Komoly marketingtevékenység, reklámarc(ok) bevonása és fontos, hogy a sportág szabályrendszere érthető legyen.*

K: Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?

V: *Azt gondolom, hogy a Teqballt viszonylag jól ismerem, sokszor volt lehetőségem játszani is, a szabályokkal teljesen tisztában vagyok, a közösségi médiának köszönhetően figyelemmel tudom követni, hogy hol tarthat globálisan, milyen eseményeket szerveznek.*

K: Említette, hogy próbálta már a játékot, mikor?

V: *Több, mint 1 évvel ezelőtt próbáltam először.*

K: Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?

V: *Bízom benne, hogy sikeres lesz, aki kipróbálja az beleszeret, a hangsúly azon van, hogy milyen gyorsan, mekkora tömeget tud elérni.*

K: Mit talál a sport legnagyobb előnyének?

V: *A legnagyobb előnye talán a sporteszköz komplexitása, gondolok itt a TeqTennis és a Qatch játékokra. Illetve, hogy a Teqball a labdarúgáson alapszik, amit a legtöbb ember imád. (A legkifinomultabb izlésűek különösen a MU-ért rajonganak.)*

K: Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?

V: *Hogy a megjelenés óta nem indult meg a rendelés, így nem jutott még el a célcsoportokhoz saját használatra.*

---

K: Említette, hogy reklámarcok bevonása is fontos a sport népszerűsítéséhez. Miért tartja ezt fontosnak?

V: *Azt hiszem ez egyértelmű, hiszen egy igazán nagy névre mindenki felfigyelne.*

K: Miért tartja ezt fontosnak?

V: *Azért, mert ezeket az embereket szinte mindenki ismeri az egész világon.*

---

K: Miért tartja ezt igazán fontosnak?

V: *Azért, mert velük manapság bármit el lehet adni.*

K: És miért van ez így?

V: *Mert az emberek szeretik, ha másokat utánozhatnak.*

---

### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *Folyamatos használat esetén fontos a sportszolgáltatás ára (egyszeri kipróbálás esetén a magasabb ár nem probléma), azonban a sporttermek ára éppen a használat gyakorisága miatt magasabb lehet. A futócipők, footballcipők kiválasztásánál a minőség dominál.*

K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Nem igazán ütköztem ilyen akadályba.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *A Teqball árai a honlapon még nem szerepelnek, de azt gondolom, hogy magánszemélyeket tekintve - főként a magyarok - nem nagy réteg engedheti meg magának. Számukra viszont a Teqterem bérlése alternatíva lehet.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Elsősorban a football klubok és akadémiák, iskolák és a kültéri parkok (hasonlóan a fitness parkokhoz).*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *A legemlékezetesebb sportolásaim a legjelentősebb mérkőzéseim voltak, ha egyet kell megemlítenem, akkor a női Bajnokok Ligája meccsünket mondanám, ahol a későbbi döntős orosz csapat ellen egy 94. Percben kapott góllal kaptunk csak ki.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *A legfontosabb az, hogy kikapcsoljon, ez történhet egyedül és csoportosan is.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *A lehetőségekkel – budapestiként - alapvetően elégedett vagyok, a minőség az, ami nem minden esetben kielégítő.*

### 10.2.3. Interjú III.

#### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Bence vagyok, 24 éves, arabot tanulok, szeretem a focit (hétvégeente játszom is) és mindent ami azzal kapcsolatos. Ja és Agárdon élek a barátaimmal.*

K: Hogyan szokott kikapcsolódni?

V: *Meccset nézek, focizom, fifázom, pihenek és elvagyok a barátaimmal.*

#### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?

V: *Heti 2-3 alkalommal szoktam sportolni, és ami először eszembe jut róla, az hogy kikapcsolja az ember agyát.*

K: Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)

V: *Másfél hete, az utolsó bajnoki mérkőzésen. Labdarúgás. Nyertünk 3-0-ra hazain, csak 45 percre álltam be, de természetesen adtam egy gólpasszt, és a hátamon vittem a csapatot. Hiszen ezt várják el tőlem.*

K: Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

V: *Igen tagja vagyok még mindig a méltán híres Káposztásmegyeri Football Clubnak. Kötelezettségek? hmmm... Minden meccskezdés előtt 40 perccel már az öltözőben kell lenni edzői utasításra. Előnyök közé sorolhatnám hogy az egyik legjobb csapatban játszom amiben csak lehet.*

#### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása**

K: Milyen sportokat szokott űzni?

V: *Labdarúgás, kondi, thaibox.*

K: Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?

V: *Labdarúgás. Véleményem szerint a legjobb csapatsport, megtanított együttműködni másokkal.*

K: Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

V: *A csapatsportokat kedvelem jobban, jobban szeretek csapatszinten játszani és esetleg nyerni, mint egyéniben. Jobb együtt ünnepelni, mint külön.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *Eddig minden sportot sikerült kipróbálnom, amihez kedvet kaptam, ezért azt gondolom, hogy minden adott Magyarországon ahhoz, hogy valaki a kedvenc sportágát űzhesse.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *Sok egyesület közül lehet választani, valahol kevesebb pénzből dolgoznak, ami természetesen meg is látszik az adott egyesület pályáján, illetve sporteszközein, de próbálják kihozni magukból a maximumot azt hiszem.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Kevesebb stadiont húznék fel.*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Igen szoktam.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *Kedv kérdése, ha találok egy hangulatos videót az adott sportról a tv-ben, interneten, és látom ebben a sportban a potenciált arra, hogy élvezzem, akkor kipróbálom.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *Nem hallottam.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Nagyon is számít, ha elsőre nem érint meg, akkor még adok neki egy esélyt. De szerintem fontos az első benyomás.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *A bátyámtól hallottam először a sportról.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Igen felkeltette. Úgy érzem, hogy technikailag egészen ügyes vagyok, ezért szívesen kipróbálnám magam ebben a sportban is.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Nem tűnt nagyon bonyolultnak, de amikor láttam a nevesebb játékosokat játszani az asztalnál, rájöttem, hogy nem is olyan egyszerű.*

K: Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?

V: *Megfogott, szeretném kipróbálni, kell egy ilyen asztal.*

K: Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?

V: *Valamiben újítást kell felmutatnia, anélkül nem megy. Ezen kívül egy profi brigádot kell szervezni a játék köré, amatőrök még nem csináltak csodát.*

K: Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?

V: *Egész sokat hallottam, olvastam, láttam róla. Tudom, hogy milyen asztalon játsszák, háromszor lehet egy játékosnak beleélnie, de nem érhet hozzá ugyanazzal a lábbal egymás után. Lehet egyénileg, illetve párosban játszani.*

K: Próbálta már Ön a játékot?

V: *Sajnos még nem volt rá alkalmam.*

K: Kipróbálná? Miért?

V: *Igen szeretném próbára tenni magam. Kíváncsi vagyok, hogy tényleg annyira jó lennék-e benne, mint gondolom.*

K: Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?

V: *Ha ügyesen csinálják akkor igen, minden a játékon dolgozó csapaton múlik. A jó ötlet adott hozzá.*

K: Mit talál a sport legnagyobb előnyének?

V: *Lehet úgy fejleszteni a képességeidet, hogy nem kell messze menni hozzá.*

K: Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?

V: *Az asztal nem tűnt túl mozgathatónak, ha ezen dolgoznak, és sikerül megfizethető áron az átagemberhez is eljuttatni, akkor sikeres lehet a sportág.*

K: Említette, hogy a sport és a labdarúgás megtanította együttműködni másokkal. Miért fontos ez Önnek?

V: *Azért, mert minden ember számára fontos, hogy hogyan tud csapatban dolgozni.*

K: Miért fontos ez?

V: *Azt hiszem az ember saját maga nem tud érvényesülni a világban, ezért fontos, hogy a körülötte lévő emberekkel megtalálja a közös hangot.*

K: Miért fontos ez?

V: *Szerintem csak így lehet elérni az életben igazán nagy sikereket.*



### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *Diákként fontos számomra egy ár, eddig nem volt részem olyan sportban ahol ne lett volna megfizethető esetleg a felszerelés, vagy a tagdíj, de természetesen nézmem kell az árakat.*

K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Igen.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *Nem igazán vagyok képben az árakat illetően, az asztalt biztosan nem tudnám megfizetni.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Akiknek van pénze heti 2-3 alkalmat kifizetni egy pályán (diákok, mint én is), illetve az olyan 35-50 év közötti férfiak, akik szeretik a focit, szeretik üzni is, de ahhoz már nincs erejük, se kedvük, hogy futkározzanak is egy pályán. Ideális lenne nekik egy asztal, amin el tudnak játszani.*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *Fót 1 vs Fót 2 tesztmérkőzés. Csapaton belüli rivalizálás, az első csapat a B csapat ellen. A szögletzászlónál elküldtem egy gyönyörű csellel a Nagy Ferit, a mai napig örömkönnyeket csal az arcomra a mozdulat.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *Teljesen kikapcsol, minden problémám elillan, és csak a focival foglalkozhatok.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *Teljes mértékben elégedett vagyok vele, ha valaki ki szeretne próbálni egy sportágat Magyarországon, akkor bőven van erre lehetőségre.*

#### **10.2.4. Interjú IV.**

### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Bernadett vagyok, 25 éves, Budapesten élek, és marketing projektmenedzserként dolgozom egy német cégnél. A munkát közel egy hónapja kezdtem el, pályakezdő státuszban jelentkeztem, jelenleg próbaidősként segítem a cég munkáját.*

K: Hogyan szokott kikapcsolódni?

V: *Elsősorban az aktív kikapcsolódást részesítem előnyben, mint túrázás, futás, akár sportolás, másodsorban pedig otthoni pihenéssel, filmezéssel szoktam feltöltődni.*

### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?

V: *Annak ellenére, hogy az aktív kikapcsolódást részesítem előnyben, sajnos nem tudok elegendő időt fordítani a sportolásra. Tervbe van véve a min. heti kétszeri-háromszori testmozgás (kondi), emellett pedig az otthoni jóga gyakorlatok elvégzése. A sportról a testi-lelki egyensúly jut eszembe, szerintem elengedhetetlen feltétele a bennünk lévő harmónia megtartásának.*

K: Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)

V: *Tavasszal konditeremben edzettem, heti kétszer, ill. háromszor, kb. 3 hónapig, barátokkal. Ezután jógáztam hetente kétszer, otthon, egyedül. (Az otthoni jógázás már 2011 óta részét képezi az életemnek, ám voltak kisebb/nagyobb megszakítások, ennek ellenére mindig visszatértem ehhez a sporthoz, mert ebben megtaláltam önmagam.) Egyébként utoljára két napja futottam.*

K: Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

V: *Kisebb koromban 4 évig RSG-ztem, valamint 5 évig úsztam. Kötelezettségnek a kötelező jelenléten kívül semmit nem tekintenek, ellenben rengeteg pluszt adott: Megfelelő tartás, erős izomzat, csapatban való együttműködés, iskolai feladatok és terhelések jobban bírása.*

### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása**

K: Milyen sportokat szokott űzni?

V: *Jóga, futás és kondi.*

K: Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?

V: *Kedvenc sportom az úszás, mely abból fakad, hogy évekig űztem ezt a sportágat. Ennek ellenére alapvetően a csapatsportokat kedvelem, mint foci, kézilabda, röplabda és kosárlabda.*

K: Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

V: *Csapatsportokat kedvelem jobban, mert itt nem csak az egyéni teljesítmény számít, hanem meg kell tanulni csapatjátékosként is érvényesülni a pályán, ami sokszor nehezebb, hiszen nem csak saját magáért, saját maga teljesítményéért felelős az ember.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *Úgy gondolom, hogy a lehetőségek adottak, az utóbbi években ki is hangsúlyozzák minden reklámfelületen a sportolás/egészséges életmód fontosságát. Éppen ezért több a lehetőség, több sportfajta közül lehet választani.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *A választékkal meg vagyok elégedve, a minőséggel is. Persze az utóbbit nagyon meghatározza az ár-érték arány.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Azokba a sporttípusokba invesztálnék, amelyben a hazai sportolók kiemelkedő teljesítményt nyújtanak.*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Mostanában már nem, de régebben jellemző volt.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *A legfontosabb, hogy hasznosnak érezzem, és jól tudjak teljesíteni. Csapatsportok esetén a társaság is nagy befolyásoló erővel bír.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *Nem.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Alapvetően meghatározza esetemben azt, hogy továbbra is fogom csinálni vagy sem.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *Egyik ismerősömtől, utána pedig különböző felületeken találkoztam a promotálásával.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Jó és egyedi ötletnek tartom a hajlított asztalon való „lábtengőt”. Kidolgozott a szabályrendszere, ráadásul fejleszti a technikát.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Különlegesnek tartottam, tetszett. Bár hozzá kell tennem, hogy nézni nem annyira izgalmas, mint amennyire jó lehet játszani.*

K: *Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?*

V: *Egyedi ötletnek tartom, bár a jövőjével kapcsolatban vannak fenntartásaim.*

K: *Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?*

V: *Rengeteg emberrel kell megszerettetnie saját magát, nem csak professzionális és profi sportolók számára kell elérhetővé és űzhetővé tenni, hanem hogy az átlagos képességűeknek is élvezhető legyen.*

K: *Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?*

V: *Kizárólag alapvető információkat tudok róla, magyar találmány és magyar fejlesztés, mely külföldre is próbál terjeszkedni. Szabályrendszeréről csak az alapokkal vagyok tisztában.*

K: *Próbálta már Ön a játékot?*

V: *Nem.*

K: *Kipróbálná? Miért?*

V: *Kipróbálnám, mert biztos vagyok benne, hogy játszani sokkal nagyobb élvezet, mint nézni.*

K: *Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?*

V: *Véleményem szerint a megfelelő üzletpolitika és kapcsolatrendszer, plusz egy adag szerencse jót tehet a sportág jövőjének. Azonban vannak fenntartásaim, mert jelenleg a médiában semmilyen információt nem közölnek a Teqballról.*

K: *Mit talál a sport legnagyobb előnyének?*

V: *Kiegészítő lehetőségként fejleszti a focizni vágyók technikai képességeit.*

K: *Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?*

V: *Nehezen tudom elképzelni azt, hogy mindenki hozzá tudjon jutni.*

---

K: *Említette, hogy Önnek igazán fontos egy sportnál, hogy hasznosnak érezze. Miért fontos ez Önnek?*

V: *Azért tartom fontosnak, mert az embernek be kell osztania az idejét. Úgy élek, hogy nem szeretem a feleslegesen eltöltött időt, lustálkodást.*

K: *Miért tartja ezt fontosnak?*

V: *Mert azt gondolom, hogy a hasznos dolgokkal saját magamat építem.*

---

K: Ez miért fontos az Ön számára?

V: *Az ember élete végéig fejlődik és tanul, ezért kihasználom a lehetőséget.*

K: Miért érzi fontosnak ezt kihasználni?

V: *Azt gondolom, hogy saját magam fejlődésével a környezetemet is boldoggá tudom tenni. Eddig nem csalódtam.*

---

### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *A második legfontosabb tényező azután, hogy az adott sportágat közel érzem magamhoz.*

K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Igen.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *Nem vagyok tisztában sajnos az asztal árával.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Elsősorban focicsapatok és klubok, mert az edzéseken kiegészítő sportágként nagyon hasznos lehet. Ezután jönnek a nem hivatásos, hobbiszinten futballozók.*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *Az úszás, mert azt űztem a legtovább.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *Hasznos, nem elpocsékolt idő, hanem komolya munkával és koncentrációval végigdolgozott 60/90 perc, mely rengeteg örömet ad.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *Összességében elégedett vagyok, különösen az utóbbi években megnövekedett sportolási lehetőségek miatt.*

### **10.2.5. Interjú V.**

#### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Gábor vagyok, 26 éves és a barátnőmmel élek a belvárosban. Néhány hónapja football analystként dolgozom, munkám során focimeccseket kell nézmem és az ott történő eseményeket kell rögzítenem egy erre kidolgozott számítógépes rendszerben.*

K: *Hogyan szokott kikapcsolódni?*

V: *Nekem a labdarúgás minden fajtája kikapcsolódás. Szeretem nézni, szeretem csinálni, de nagyon szeretek filmezni és bármilyen társasági programon részt venni a barátnőmmel, családommal, barátaimmal.*

### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: *Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?*

V: *Korábban hetente 5-6 alkalommal fociztam, mostanában ez heti kettő alkalomra csökkent. Szeretnék mellette ismét elkezdni konditeremben edzeni, mert sajnós a kor hamarosan engem is utolér.*

K: *Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)*

V: *Hétfvégén volt az utolsó mérkőzésünk Budapest legalacsonyabb nagypályás bajnokságában. Nyertünk 3-0-ra, ezzel szorosan az első két helyezett nyomában járunk. Esett az eső, de esőben a legjobb focizni.*

K: *Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?*

V: *Gyerekkoromban Csollány Szilveszter volt az edzőm az UTE tornacsarnokában, aztán áttértem a focira. Fociztam Újpesten, Fóton, most pedig egy hobbicsapatban. Annak ellenére, hogy sosem terveztem igazán labdarúgó lenni, így is sok időt elvettek az életemből az edzések, valamint a rengeteg meccs.*

### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz → a preferenciák pontosítása**

K: *Milyen sportokat szokott űzni?*

V: *Leginkább természetesen a foci, de mellette szeretek konditerembe járni, néha úszni és az is előfordul, hogy squasholok. A középiskolai évek alatt azonban szerettem minden sportot.*

K: *Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?*

V: *Egyértelműen a foci, a világ legcsodálatosabb dolgának tartom, hiszen nincs más, ami ennyire összehozná az embereket.*

K: *Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?*

V: *Alapvetően a csapatsportokat szeretem jobban nézni és játszani is, hiszen jó látni és érezni azt, ha az emberek nem csak magukért, hanem egymás sikeréért is küzdenek. Néha azonban jó érzés elverni a többieket bármiben, ami egyéni, segíti az önbizalom megszerzését a csapatban való játéknál is.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *Alapvetően a fiatalok a fővárosban jó helyzetben vannak, vidékről nem tudok nyilatkozni. Az edzések minősége, színvonala azonban más kérdés. Sok klubnál nincsen megfizetve a személyzet, így nem úgy látják el a feladataikat, ahogy kellene, plusz a korrupció sajnos a tapasztalataim szerint mindenhova begyűrűzik.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *A választék jó, a minőséget pedig meg kell fizetni. Ha valaki ma gyerekként sportolni megy, akkor a szülőknek nagyon sok időt és pénzt kell erre áldozniuk.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Nehéz kérdés, hiszen nem lehet ebbe kívülállóként belelátni. Ha a fociból indulok ki, akkor sajnos azt kell mondanom, hogy változtatnék az edzésmódszereken nyugati mintára, ha a többi sportból, akkor pedig a fociba fektetett pénzt inkább azokra fordítanám.*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Alapvetően nem jellemző, hogy keresném őket, de ha látok valamit és szimpatikus, akkor semmi akadály.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *Legyen benne labda és használni kelljen a lábat. Egyébként kelljen benne koncentrálni és élvezetes legyen.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *A közösségi oldalakon a sportoldalak, amiket követek rendszeresen osztanak meg vicces videókat új sportokról, ezeket meg szoktam nézni. Láttam egy érdekeset, ahol fejelgetik a labdát.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Ha abból indulok ki, hogy a fociba gyerekként beleszerettem és máig nem tudom elfelejteni az első meccseim emlékét, akkor szerintem nagyon meghatározó.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *2014 nyarán találkoztam vele először az egyik fesztiválon, utána több helyen is láttam és ismerősök is meséltek róla.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Természetesen, hiszen focilabdával kell játszani.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Az, hogy mennyire egyszerű ez az ötlet és mégis ütős. Csak meghajlítottak egy asztalt és lehet, hogy milliók fogják játszani.*

K: Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?

V: *Hát, ahogy az előző kérdésnél is említettem, egyszerű, de mégis ütős.*

K: Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?

V: *Olyan embert vagy embereket kell maga mögé állítani, akiket mindenki ismer. A Teqballnál mondjuk hatalmasat ütne, ha odaállna valamilyen hatalmas sztár, bár ahogy hallottam, ez is a cél.*

K: Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?

V: *Tudom, hogy három játékot lehet rajta játszani, de a focis verzió kivüli másik kettő nem igazán érdekel. A Teqball szabályit viszont szerintem egész jól ismerem.*

K: Próbálta már Ön a játékot?

V: *Igen.*

K: Milyen élmény volt? Hol próbálta?

V: *Próbáltam a fesztiválon utána pedig egy egyetemi versenyen is. Jó volt, szerencsére meg vagyok elégedve a technikámmal, plusz az ellenfelem is gyengébb volt, mint én az első alkalommal, ezért sikerélménnyel gazdagodtam.*

K: Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?

V: *Nagyon nehéz megmondani, hiszen 2014 óta, amikor találkoztam vele, mindössze néhány helyen lehetett hallani róla, pedig véleményem szerint ez kellene folyjon a csapból is. Ha sikerül meggyőzni egy igazán nagy nevet, hogy segítse őket, akkor nincs kétségem felőle.*

K: Mit talál a sport legnagyobb előnyének?

V: *Élvezhető és nagyon sokat fejleszthet a gyerekek labdaügyességén.*

K: Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?

V: *Jelen pillanatban a nehézkes népszerűsítést.*



K: Említette, hogy fontos Önnek, hogy koncentrálni kelljen egy sport közben. Miért fontos ez?

V: *Azért, mert az agy megdolgoztatása segít elfelejteni minden mást sportolás közben.*

K: Miért fontos az Ön számára ez?

V: *Mert megszűnik a világ és igazából csak az adott pillanatra és játéokra kell koncentrálni közben.*

K: Miért fontos ez Önnek?

V: *Mert így lehet igazán önfeledten és boldogan kikapcsolódni.*

### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *Úgy gondolom, hogy aki azt mondja, hogy nem fontos, az gazdagnak mondható. Én nem vagyok gazdag, tehát megnézem mi mennyibe kerül.*

K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Igen, pályabérlésnél mindig azt választjuk, amely nincs messze, de mégsem drága. Kispályás bajnokság esetében szintén ez a helyzet.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *Nem az átlagemberek pénztárcájához igazodik, de a klubok, esetleg magániskolák megengedhetik maguknak.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Elsősorban a csapatok, amelyek szerintem többet is tudnak majd vásárolni. Az utánpótlásban tényleg nagy áttörést okozhat a fejlesztés.*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *Életem első nagypályás meccsén rögtön kezdő voltam 9 évesen a nálam 2 évvel idősebbek között és a meccs első perceiben gólt szereztem egy földes pályán. Kinn volt az egész család, meghatározó élmény volt.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *Ilyenkor teljesen kikapcsol az ember, nem koncentrálni semmi másra, csak elveszik a játék és a sportolás örömeiben.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *Azt gondolom, hogy az eddigi életemet és a lehetőségeimet figyelembe véve semmi okom nincs panaszra.*

### **10.2.6. Interjú VI.**

#### **Bevezető szakasz – ismerkedés, bemutatkozás**

K: Bemutatkozásként meséljen magáról, foglalkozásáról!

V: *Gábor vagyok, 56 éves és nyugdíjas, Dunakeszin élek a családommal. Korábban a Nemzetbiztonságnál dolgoztam.*

K: Hogyan szokott kikapcsolódni?

V: *Szeretek olvasni, jó filmeket és sportokat nézni, néha eljárak úszni is.*

#### **Bemelegítő szakasz – ráhangolódás a témára**

K: Milyen gyakran szokott sportolni? Mi jut eszébe a sportolásról?

V: *Sajnos néhány betegség miatt ez a szám igencsak kevésre csökkent, mostanában már csak kéthetente egyszer járok el úszni. A sportolás önfegyelmre tanít és segít megismerni másokat, valamint saját magad határait.*

K: Mikor sportolt utoljára? Mesélje el, hogyan zajlott! (mit sportolt, hol, mennyit, kivel, mindent mondjon el, ami csak eszébe jut!)

V: *Most már egy hónapja volt, hogy utoljára úsztam az Aquaworldben. Azóta sajnos nem jutottam el oda, mert műteni kellett a lábamat és még nem tanácsos ismét vízbe mennem.*

K: Tagja (volt) valamilyen klubnak/egyesületnek? Ha igen, ez milyen bónuszokkal, kötelezettségekkel, előnyökkel jár(t)?

V: *Gyerekkoromban az FTC-ben asztaliteniszeztem, karateztam több éven keresztül, majd később teniszeztem hobbiszinten egy klubban. Inkább kötelezettségekkel, mint bónuszokkal járt, de ezek azok a kötelezettségek, amelyeket nagyon szívesen vállal az ember.*

#### **Ráhangoló – tapogatózó szakasz -> a preferenciák pontosítása**

K: Milyen sportokat szokott űzni?

V: *Sajnos mára már csak kettő sport maradt nekem, az úszás és a pingpong. Korábban imádtam focizni, de sajnos tönkrement a lábam, így már azt nem használhatom.*

K: Van kedvenc sportja, esetleg sportjai? Ha igen, miért az/azok?

V: *A kedvenc sportom a foci. Az egész gyerek- és kamaszkoromat az Üllői úton töltöttem, többnyire mérkőzések látogatásával.*

K: Mi a véleménye a csapatsportokról, illetve az egyéni/páros sportokról? Melyiket kedveli jobban és miért?

V: *Az összes sportot imádom, de ha különbséget kellene tenni, akkor a csapatsportokat szeretem jobban. Igazán jó érzés látni, amikor csapattársak együtt örülnek egy sikernek.*

### **Fő téma – sportolási szokások, lehetőségek, Teqball**

K: Mi a véleménye a magyarországi sportolási lehetőségekről?

V: *Szerintem nincsen vele probléma. Én is tudtam sportot választani, valamint a gyerekeinket is gond nélkül tudtuk beírni focira, tornára és aikidora, a lakóhelyünkhöz egész közel viszonylag baráti áron.*

K: Mit gondol a magyarországi egyesületek/klubok választékát, illetve minőségét illetően?

V: *Azt gondolom, hogy a választékkal nincsen probléma, és ha igazán lelkes és hozzáértő szakemberek keze alatt dolgozhat az ember, az a minőséget is magával hozza.*

K: Mi az, amin Ön változtatna a magyarországi sportokat illetően?

V: *Jóval több pénzt fordítanék a kevésbé népszerű sportokra, valamint azok utánpótlására.*

K: Szokott kipróbálni új sportokat?

V: *Sajnos az egészségem nem sok mozgásteret ad ebben a kérdésben, így a válaszom nem.*

K: Mi a fontos önnek egy sport kiválasztásánál?

V: *Soha nem is igazán a sport, hanem az engem körülvevő emberek motiváltak. Manapság már az egészségem miatt úszom, korábban a társaság miatt fociztam, pingpongoztam. Persze az ember beleszeret egy-egy sportba, azt nem tudatosan választja ki.*

K: Hallott az utóbbi időben új sportokról? (a Teqballon kívül) Ha igen, akkor hol, kiktől?

V: *Nem hallottam.*

K: Mennyire számít Önnek egy sport esetében az első élmény?

V: *Meghatározó, de szerintem mindenki esetében. Plusz az a személy is számít, aki rávesz a kipróbálására, megnézésére.*

K: Hol/kitől hallott először a Teqball nevű sportról?

V: *A fiam egyik barátja mutatta meg a fiamnak, aki pedig nekem. Utána megnéztünk együtt pár videót, látványos, élvezetes sportnak tűnik.*

K: Felkeltette az érdeklődését? Miért?

V: *Igen, hiszen imádom a pingpongot és a labdarúgást is.*

K: Mi volt az első benyomása akkor, amikor látta az új sportot?

V: *Azt gondoltam, hogy a lánbtenisz egy új szintre emelkedett.*

K: *Hogyan tudná leírni a Teqballal kapcsolatos érzéseit?*

V: *Egy látványos sport, amiből akár sokat is ki lehet hozni.*

K: *Mit gondol, mit kell tennie egy új sportnak ahhoz, hogy igazán sikeres lehessen?*

V: *Izgalmasnak kell lennie, rengeteg pénzt elköltsve pedig mindenhol meg kell mutatnia magát.*

K: *Mennyire ismeri a Teqballt, mit tud róla?*

V: *Az alapokkal vagyok tisztában, nagyon mélyen nem ástam bele magam a szabályokba.*

K: *Próbálta már Ön a játékot?*

V: *Nem.*

K: *Kipróbálná? Miért?*

V: *Természetesen nagyon szívesen kipróbálnám, azonban a lábam állapota ezt nem teszi lehetővé. Azt viszont tudom, hogy lehet rajta játszani valamilyen ütős dolgot is, azt bármikor.*

K: *Az eddig látottak és tapasztaltak alapján mit gondol, sikeres lesz a sportág?*

V: *Nem hallani róla annyira sokat, így pedig nagyon nehéz bármit is mondanom. Én nagyon szurkolok nekik.*

K: *Mit talál a sport legnagyobb előnyének?*

V: *Új szintre emelték a lánbteniszt.*

K: *Mit talál a sport legnagyobb hátrányának?*

V: *Kevésszer és kevés helyen lehet találkozni vele.*

---

K: *Említette, hogy Önt inkább a körülötte lévő emberek motiválják, mintsem maga a sport. Miért fontos ez?*

V: *Azért, mert az emberek egymással sokkal jobban megosztják az örömeiket, mint saját magukkal.*

K: *És Ön számára miért fontos ez?*

V: *Azért, mert jó érzés látni mások örömeit.*

K: *És ez miért fontos?*

V: *Mert mások öröme sokkal boldogabbá teszi magát az embert is.*

---

### **Lezáró rész – tapasztalatok, koncepciók**

K: Hogy érzi, az Ön számára mennyire meghatározó egy sportnál ár?

V: *Természetesen meghatározó. Főleg ha az ember már 3 gyerekét is viszi sportolni és fizeti a költségeket. Oda kell figyelni, hogy az ember jó és élvezhető dolgot adjon a gyerekeinek és magának is, de közben ne csússzon ki nagyon sok pénz a kezéből.*

K: Befolyásolja esetleg a sportolásra költendő összeg a sportot, időt, helyszínt?

V: *Sok esetben természetesen igen. Sokszor viszont nem is nézi az ember, de ez fordul elő kevesebbszer.*

K: Mit gondol a Teqball árairól?

V: *Nem vagyok vele tisztában, de nem gondolom, hogy olcsó lenne egy ilyen asztal.*

K: Ön szerint kik lehetnek a Teqball ideális vevői?

V: *Mindenki, aki szereti a focit és ilyen emberek nagyon sokan vannak. Azért ne csak az emberekre gondoljunk, hiszen a fociban irdatlan pénzek mozognak, és ha észreveszik majd ezt az eszközt, az igazi döntéshozóknak nem lesz majd nagy kiadás egy-egy asztal.*

### **Befejező rész**

K: Melyik volt az eddigi legemlékezetesebb sportolása? Miért?

V: *Minden egyes kertben lejátszott pingpongbajnokság hatalmas emlék. Igazi családi rangadókat szoktunk játszani.*

K: Milyen Ön számára az ideális, sporttal eltöltött idő?

V: *Sportolás közben csak a sport van. Úszásnál úszom, pingpongnál az ütőre koncentrálok, amikor meccset nézek, akkor pedig vagy valamelyik csapatért szorítok, vagy pedig csak azért, hogy jó legyen a meccs.*

K: Gondoljon az eddigi sportolásaira! Összességében Ön mennyire elégedett a magyarországi sportolási lehetőségekkel?

V: *Meg vagyok elégedve a lehetőségeimmel.*

### 10.3. A klaszterek ANOVA táblája

ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
Tegball factor 1	18,305	2	,696	114	26,285	,000
Új játék: mi bef A 1	19,171	2	,681	114	28,143	,000
mi jellemezte A	25,625	2	,568	114	45,117	,000
Mennyire elégedett factor	27,061	2	,543	114	49,856	,000