

SZAKDOLGOZAT

Nagy Dániel

2022

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Az online játékok gazdasági szerepe és hatása a fiatalok életére

Konzulens

Buday Gergely

egyetemi tanársegéd

Készítette

Nagy Dániel

gazdaságinformatikus alapszak

nappali tagozat

2022

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	4
2. Szakirodalmi áttekintés	5
2.1 Online játékok fogalma, története és típusai	5
2.1.1 Mit is nevezünk pontosan játéknak?.....	5
2.1.2 Mikortól beszélhetünk videójátékokról?	5
2.1.3 Videójáték típusok.....	6
2.1.4 Az iparág szereplői	10
3. Az online játékok gazdasági szerepe.....	14
3.1 De mi is az az esport?	15
3.2 Az esport eredete	16
3.3 Az e-sport szerepe Magyarországon	16
3.4 Elsődleges célcsoport: a fiatal férfiak	16
4. Piacelemzés	17
4.1 A videojáték piac mérete	17
4.2 Bevételi források az e-sport piacon	18
5. Játék bemutatás	21
5.1 League of Legends	21
5.2 Osztályok	23
5.3 Divíziók	24
5.4 A játékból szerzett bevételek	24
6. Az online játékok fiatalok életére gyakorolt hatásai	25
6.1 Élettani hatások	25
6.2 Koronavírus és az esport	25
7. A koronavírus járvány pénzügyi hatásai	26
8. Anyag és módszer	29
8.1 A felmérés célja	29
8.2 A kérdéssor	30
8.3 A kérdőív típusa	30
8.4 A felmérés időszaka, kitöltők száma	30
9. Eredmények és kiértékelésük	31

9.1	Hipotézisek	31
10.	Következtetések és javaslatok	44
11.	Összefoglalás	46
12.	Irodalomjegyzék	48
13.	Ábrajegyzék.....	51
14.	Nyilatkozatok	53
15.	Mellékletek	3

1. Bevezetés

A dolgozatom témája az online játékok gazdasági szerepe, illetve annak hatása a fiatalok életére. Maga a játék kezdetektől fogva az emberi kultúra sarkalatos pontja. Az élet minden egyes területén találkozhatunk vele, kortól teljesen függetlenül. Történelmünk során a játék nagyon hosszú utat járt be annak érdekében, hogy eljusson az ősi társasjátékoktól a mai virtuális valóságig.

A videójátékok fejlődését mindig is az innováció jellemezte, amely az utóbbi időben egyre erősebb tendenciát mutatott. Csupán néhány évtized leforgása alatt az online játékok népszerűsége felrobbant, amelyet a koronavírus járvány sem tudott megállítani, sőt előnyére vált ezen szegmensnek. Az iparág sikere tehát megkérdőjelezhetetlen, az egyik legnépszerűbb és legsikeresebb szegmenssé fejlődött világ szinten.

Azonban a téma bonyolultságát fokozza az elmúlt évtizedekben felnőtt Y, Z és Alfa generációk közötti különbségek. Míg ezen generáció tagjai együtt nőttek fel a technológia fejlődésével, addig a korábbi 1982 előtt született korosztály tagjai számára nagy kihívást jelent a technológia fejlődésével együttjáró újításokhoz való alkalmazkodás. (Komár, 2017)

Ebből kifolyólag teljesen más kommunikációs csatornákat használnak. Az úgynevezett „digitális bennszülötteket” felfedezték a vállalatok is, akik külön iparágat tudtak építeni a fiatalokra, ezzel elérve egy sokkal csábítóbb fogyasztói réteget.

A téma választásomnak főbb indoka, hogy magam is lassan 10 éve rendszeres online játék felhasználó vagyok, így a téma iránti érdeklődésem már a témaválasztás pillanatában adott volt. Úgy gondolom, a kellemes kikapcsolódás mellett számos pozitívumot köszönhetek az online térben eltöltött időnek. A játék során például lehetőségem van külföldi játékosokkal kommunikálni, amelynek hatására a nyelvtudásom rengeteget fejlődött. Emellett megannyi embert ismerhettem meg, akiből jó néhányat már barátomnak hívhatok.

Szakedolgozatomban célom bemutatni a játékos közösség magyarországi helyzetét, valamint utánajárni az online játékos világot ötvöző sztereotípiáknak. Szeretném vizsgálni továbbá a játékok közösségépítő erejét, edukációra gyakorolt befolyását és a fogyasztói magatartást.

Mindenekelőtt a dolgozatomban bemutatom az online játékok történetét, műfajait, illetve a rá épülő iparágat, az esportot. Ezt követően ismertetem a napjainkban egyik legnépszerűbb játékot, amelynek kitérek marketing és gazdasági részleteire is.

Végül pedig megvizsgálom a koronavírus járvány okozta változásokat a játékok világpiacán, illetve hazai szinten.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1 Online játékok fogalma, története és típusai

A mai világban felnövekedett generációk mindennapjainak szerves részévé váltak a számítógépes játékok és az internet, amit az egyre rohamosabban fejlődő vállalatok is észrevettek. Így tehát a fiatalok egy nagyon csábító fogyasztói réteget jelentenek számukra. Azonban a fiatalokon kívül a vállalatok megcélozzák az idősebb keresőképesebb generációkat is, ugyanis ők is aktív videójáték fogyasztók. Ennek köszönhetően, igen széles fogyasztói közösséget érnek el, ezért is fontos a játékokat gazdasági szempontból megvizsgálni.

2.1.1 Mit is nevezünk pontosan játéknak?

„A videójátékok olyan elektronikus játékszoftverek, amelyeket szórakoztatás céljából fejlesztettek ki olyan elektronikus eszközökön keresztül, mint például játékkeretek, konzolok, számítógépek vagy digitális eszközök” [Internet 1]

Tehát az online játékokat digitális képernyőre vetítik ki, amelyet aztán az internet hálózatán keresztül elérhetővé tesznek. Ennek köszönhetően, több száz ember játszhat egy játékon belül egymással vagy akár egymás ellen.

Míg a játék a szórakoztatás részvételi formája, addig a könyvek és a filmek a szórakoztatás prezentációs formái. Példának okáért, amikor egy könyvet olvasunk, akkor maga az író szórakoztat, viszont amikor online játszunk, akkor saját magunkat szórakoztatjuk. Emellett a könyveket olvasva a tartalmuk sosem változik, akár először, akár századjára olvassuk, mindig ugyanazokat a sorokkal fogunk találkozni. Ezzel szemben egy játékban a saját döntéseinken alapulnak az események, így minden újrajátszott alkalom más lesz, mint az előző.

2.1.2 Mikortól beszélhetünk videójátékokról?

A videójátékok történelmének kezdete az 1950-es évekre tehető. Ez volt a videójátékok „hőskorszaka”, amely egészen az 1980-as évek végéig tartott. A manapság létező videójátékok alapköveit fektette le, így születtek meg a mai napig használt videójátékok, illetve konzolok alapjai. A játékok legnagyobb mérföldköve az 1962-ben megjelenő Spacewar! nevezetű játék volt. (Bankhurst, 2022)

A játék fejlesztői Steve Russell illetve Martin Graetz olyan szoftvert tudtak készíteni, ami megalkotta a digitális szórakoztatóipar alapköveit.

A játékot folyamatosan fejlesztették, így egyre újabb és újabb verziókat adtak ki.

Az online játékok azonban 1990-ben kezdtek el igazán fejlődni, amikor berobbantak a mainstream popkultúrába, köszönhetően annak, hogy az internet egyre nagyobb körben terjedt el világszinten. A következő jelentős fejlődési állomás 2003-ban volt, amikor elindult a Steam. A Steam egy online áruház, ahol a játékosok tartalmakat tudnak vásárolni, illetve közösségeket alkothatnak. A következő nagy mérföldkő 2004-re tehető, amikor a Blizzard kiadta a World of Warcraft nevű masszív multiplayer, azaz MMO (online többszereplős játék) játékot. Ez volt az első olyan játék a világon, amelynek több mint 10 millió aktív előfizetője volt.

A 2000-es évektől a világ minden részén egyre népszerűbbek lettek az okostelefonok majd azok fejlődésével 2007-től egyre jobban elterjedtek az online játékok is a készülékeken. Habár egy okostelefon lemarad teljesítményben a számítógépek és játékkonzolok teljesítményétől, sikerült elérniük a kiadóknak egy olyan fogyasztói réteget, akik lehetséges, hogy sosem vettek volna maguknak játékkonzolt. Továbbá a játékok fejlődését elősegítette az is, hogy az Apple bemutatta az applikáción belüli fizetés funkciót az IOS alkalmazásokhoz, amely a mai világban már az összes létező játékban megtalálható.

A Minecraft nevezetű játék 2009-ben megjelent, amely a mai napig az egyik legkeresettebb videójáték a történelem során, több mint 176 millió darabot adtak el belőle.

Az iparág azóta is folyamatosan fejlődik. A legújabb technológiai újítás a Stadia, ami egy Google alkalmazás. A lényege, hogy a legújabb játékok használatához a játékosoknak nincs szüksége kiadni egy erős hardware-re, hanem elegendő előfizetnie az alkalmazásra. Így tehát a Google streameli, azaz közvetíti a játékot interneten keresztül a fogyasztó eszközére. A programnak egyedül az internet sebessége jelenthet korlátot. (Portfólió, 2020)

2.1.3 Videójáték típusok

Bár a videójáték műfajok korábban teljesen egyértelműek voltak, manapság a mai modern világban már egyre több műfajt, illetve alműfajt különböztethetünk meg. Különösen amiatt ugyanis a játékfejlesztők egyre innovatívabb módokon keverik össze a különböző típusú játékokat, így minden egyén megtalálhatja a számára legmegfelelőbb játékfajta.

A következő típusokat különböztethetjük meg:

1. **Akció játékok:** A legnépszerűbb videójátékek, amelyek során az akciót a játékos irányítja, miközben a játékmenete gyors és intenzív. Javítja a szem–kéz koordinációt, a reflexeket, sőt a játékos idegeit is. A játék lényege, hogy a karakternek végig kell mennie bizonyos kihívások sorozatán, miközben maga az akció a felhasználó karaktere körül forog.
 - a. Platformer játékok: Általában egyjátékos oldalnézetes játékmód, a játék lényege, hogy a játékosnak különböző akadályokkal kell szembenéznie és végig kell menni az adott pályán élve.
 - i. 2D Platformer játékok: Donkey Kong, Mario Bros
 - ii. 3D Platformer: Supermario, Odyssey, Sonic Forces.
 - b. Lövöldözős játékok: A játék célja, hogy legyőzzük az ellenfél karakterét, vagy pedig a játék során generált ellenségeket.
 - i. FPS (First Person Shooter): Belső nézetű lövöldözős játék. Példa: Call of Duty, Halo Infinite, Half-Life
 - ii. TPS (Third Person Shooter): Külső nézetű lövöldözős játék. Példa: Fortnite, Splatoon
 - c. Verekedős játékok: Lényege, hogy egy adott pályán a játék során generált ellenfelek ellen vagy pedig online térben más játékosokkal szemben tudunk harcolni.
 - i. 2D Verekedős játék: Street Fighter
 - ii. 3D Verekedős játék: Mortal Combat, Super Smash Bros
 - d. Lopakodós akció játékok: A sima akció játékokkal ellentétben a lopakodós játékok célja a lövöldözés helyett pont az, hogy elkerüljük az ellenségeket és minél feltűnésmentesebben végezzük el a feladatokat.
 - i. 2D Lopakodós játékok: Assasins Creed széria, Metal Gear
 - e. Túlélős játékok: A játék lényege, hogy a karakter túlélje a pályán lévő nehézségeket.

Általában a karakter minimális felszereléssel kezdi a játékot, amit folyamatosan fejleszteni kell, hogy az egyre nagyobb kihívásokkal is szembe tudjon nézni a játékos.

 - i. 3D Túlélős játékok: Rust, The Forest
 - ii. 2D Túlélős játékok: Terraria, Deadlight

- f. Battle Royale játékok: Mostanában az egyik legjobban fejlődő, legsikeresebb videójáték műfaj a Battle Royale. A játék fő célja a játékosokkal szemben, illetve a más akadályokkal szembeni túlélés, a játékosok általában egy hatalmas pályára érkeznek, ahol különböző tárgyakat találhatnak, amik erősítik a karakterüket. A csavar a játékmódban pedig az, hogy a pálya egy idő után egyre kisebb lesz, ezáltal nem tudják elkerülni a játékosok az egymás elleni küzdelmeket. A játék végén csak egyetlen egy játékos élheti túl a pályát, illetve a többi játékos által nyújtotta kihívásokat.
 - i. 3D Battle Royale játékok: Call of Duty:Warzone, Apex Legends, Fortnite, PlayerUnknown's Battlegrounds
 - ii. 2D Battle Royale játékok: Surviv.io, Mobg.io
- 2. **Szerepjátékok**, azaz RPG-k (Role-Playing Game): A játék során egy bizonyos karakternek a tulajdonságait vesszük fel, majd alakítunk a saját igényeink szerint, ahogy a történet szál egyre jobban kibontakozik. A karakterünk általában a játék elején gyenge, minimális felszereléssel rendelkezik. Fő feladatunk, hogy tapasztalati pontokat, illetve tárgyakat szerezzünk az ellenségek, szörnyek elpusztításával.
 - a. Akció RPG-k: A akciójátékok, illetve a szerepjátékok kombinációja. A fő hangsúly a játékmenet során az akció alapjaira, azaz a harcra helyeződik. Példa: Assassins'Creed Origins, Grand Theft Auto, Assassins Creed Odyssey, The Witcher 3
 - b. MMORPG: Az egyik legnépszerűbb RPG típusú játék. A játék lényege, hogy nagyszámú játékos képes egymással interakcióba lépni egy virtuális világban. A játékos a legnagyobb szabadságát ebben a játékmódban találja meg, ugyanis óriási nyílt szabadon bejárható világok és rengeteg különböző viselkedési mód közül tudnak választani. A műfaj sikeressége miatt a játékokat általában több különböző szerveren futtatják, ezáltal minden szervernek megvan a saját világa, mindegyik különbözik valamiben a másiktól.
Az egyik legjobb példa a World Of Warcraft, ahol minden egyes szerveren napi szinten több ezer játékos játszik. Azonban az egyik szerveren játszó játékosnak nincs lehetősége interakcióba lépni egy másik szerveren játszó játékosal. Példa: World of Warcraft, Final Fantasy XI, Diablo, Fallout
 - c. Sandbox RPG-k: A játék sajátossága, hogy a játékos szinte korlátok nélkül irányíthatja karakterét.

Emellett óriási pályák jellemzik, amik szabadon bejárhatóak, felfedezhetőek. A küldetésekben nincs fontossági sorrend, mindegyiket saját magunk által megalkotott sorrendben fedezhetjük fel, majd teljesíthetjük. A játék megnevezésének jelentésében jól megfigyelhető a metaforikus homokozó jelentéstani háttére, amely arra utal, hogy egy homokozóban is bárhol elkezdhetünk várat építeni. Példa: Dragon Slayer, Zelda II, System Shock 2

d. Taktikai RPG-k: A játék műfaj ötvözi a taktikai, illetve stratégiai videójátékok elemeit. Példa: Final Fantasy Tactics, Arc The Lad II

3. **Szimulációs játékok:** A játék célja, hogy minél valóságghűbben tudjon utánozni játék formájában egy valós életben történő tevékenységet. A fejlesztők a játék minden szegmenségét minél realisztikusabban igyekeznek szimulálni. Közös jellemzőjük ezeknek a játékoknak, hogy általában korhatár nélküliek, mivel nem tartalmaznak erőszakot.

a. Építési szimulációk: Construction Simulator Pro 2017, SimCity BuildIt

b. Élet szimulációk: The Sims, Shelter 2

c. Jármű szimulációk: F1 2021, Dirt Rally 2.0, Forza Motorsport 7, Flight Simulator 2020, Euro Truck Simulator 2, City Bus Simulator

4. **Sport játékok:** Sportrajongók számára az elsődleges választás egy olyan videójáték, ami szimulál egy adott sportot játék formájában. A mai modern világban már rengeteg játék áll rendelkezésre, így mindenki megtalálja a saját sportjához kötődő videójátékot.

a. Egyéni sport játékok: Hagyományos, fizikai egyéni sportokat szimuláló videójátékok, ami minél jobban visszaadja a valóságot. Példa: Snowboard Sim

b. Csapat sportok: Az egyik ősi videójáték műfaj, amelyben egy másik csapat ellen kell megküzdenünk az online térben. Példa: FIFA, NBA 2k22

c. Versenysportok: A játékosnak egy járművet kell irányítania azzal a céllal, hogy elsőként érjenek a célpontba. Példa: Forza Horizon 5, Need For Speed Payback

5. **Stratégiai játékok:** Fő jellemzői a gondolkodás, tervezés, taktika, illetve a stratégia. A játékműfajok között ezek a játékok a legbonyolultabbak. Ennek köszönhetően, a játékosok akár több ezer órát is játszanak az adott játékkal, hogy teljesen elsajátítsák őket. A fő cél, hogy legyőzzük az ellenfelünket.

Emellett a legtöbb stratégiai játékban a kiadásainkra is nagy figyelmet kell fordítanunk, így a megfelelő gazdasági ismeretek elengedhetetlenek.

- a. **MOBA (Multiplayer Online Battle Arena):** A stratégiai játékok között a legnépszerűbb almfaj. Jelentése a többszerepes internetes csataaréna, rövidebben pedig egy valós idejű stratégiai játék. A játékban kettő csapat küzd egymás ellen, egy előre meghatározott csatatéren. A győzelemhez gyors reakciók, tökéletességig csiszolt taktika szükséges. Példa: League of Legends, DOTA
- b. **Auto-Battler (Automatikus sakk):** A sakkra hasonlító játékműfaj. A játékosok egy rács alakú csatatéren játszanak, ahová karaktereket helyeznek el különféle képességekkel, akik automatikusan harcolnak az ellenfél karaktereivel. Példa: Teamfight Tactics, Heartstone Battlegrounds

Napjainkban ezeken a főbb videójátékműfajokon kívül rengeteg kevert műfajú videójáték létezik, ugyanis egy adott játék akár több műfajba is beletartozhat, illetve a műfajok keveredésével rengeteg új almfaj keletkezik.

2.1.4 Az iparág szereplői

Az ágazat megértéséhez elengedhetetlen ismernünk az iparág szereplőit:

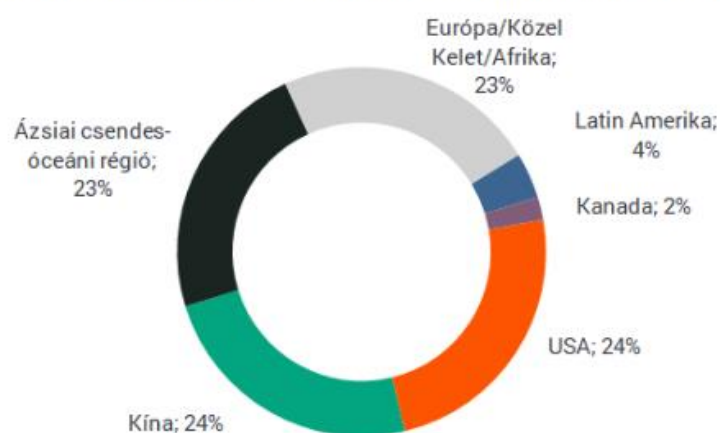
- **Forgalmazók és kiskereskedők:** Ezek azok a platformok, amelyeken keresztül a fejlesztő cégek a játékokat forgalmazzák, illetve értékesítik. A forgalmazás történhet offline, mint például üzletekben, illetve online formában is. Például: Google Play vagy Steam.
- **Streaming szolgáltatások:** Lehetővé teszik a játékos felhasználóknak, hogy élőben közvetítsenek másoknak, miközben a „nézőknek” nem szükséges letölteni azt, hanem a közvetítés adott pillanatában, élőben követheti a játékban történő eseményeket. A legnépszerűbb streaming platform a Twitch. A streamerek, azaz közvetítők a főbb bevételeiket szponzorációkból, feliratkozások, illetve adományokból szerzik.
- **Hardware fejlesztők:** A fejlesztők gyártják a játékhoz használt konzolokat, számítógépeket, illetve ezeknek az alkatrészeit. Például: Sony vagy Nvidia
- **Arénák:** Ide azok a helyszínek tartoznak, amelyekben az esport eseményeket tartják, hasonlóan a sporteseményekhez.

- **Esport:** Előre megszervezett, többjátékos videójáték versenyek, ahol profi játékosok mérik össze egymással a tudásukat. Maga az esport összefoglalja a verseny szinten játszó játékosokat, edzőket, a versenyeket, illetve a vállalati infrastruktúrát.
- **Szoftverfejlesztők:** Céljuk olyan szoftverek fejlesztése, amelyek javítják a játékosok környezetét. Ez lehet egy problémát megelőző csalás-ellenes szoftver, de akár egy online segítségnyújtó alkalmazás is.
- **Játékkiadók:** Az iparág legnagyobb szereplői. Ők finanszírozzák és forgalmazzák a játékok elkészülését. Legnépszerűbb videójáték kiadók az Activision, Electronic Arts, illetve az Ubisoft. Ezek a kiadók a koronavírus alatti maradj otthon kampánynak következtében szárnyaltak a vírus alatti időszakban.
- **Játékfejlesztők:** Azok a cégek, akiket a kiadók megbíznak egy adott játék fejlesztésével kapcsolatban. Például: Valve, Blizzard.

Röviden ezek a szereplők alkotják az online játékokhoz kapcsolódó ökoszisztémát, ami rengeteg bevételi forrást teremt meg az iparág számára. A fent említett csatornák manapság a telefonokon való játék lehetőségét fogták meg, mivel a mai okostelefonok erős hardver, illetve szoftverrel rendelkeznek, így képesek nagy teljesítményigényű játékok futtatására is. Több eredetileg más platformra készült játéknak kezdték el kiadni a mobiltelefonos verzióját, ezzel is elérve egy új játékos réteget.

A fogyasztók megoszlásának tekintetében az etalon országok Kína és az USA, ami az iparág által generált bevételek 48 százalékát adta meg 2019-ben.

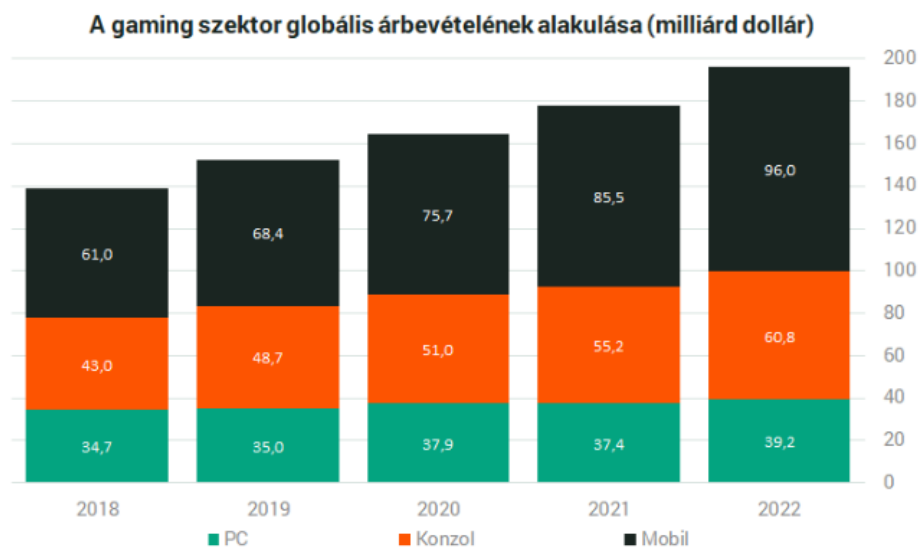
A gaming piac generálta árbevétel megoszlás régiónként 2019-ben



*1. ábra: A játék piac generálta bevétel megoszlása régiónként 2019-ben.
Forrás: Portfólió, 2019*

A gaming szektor globális árbevétele

A szegmens legtöbb árbevételt termelő ágazata: a mobiltelefonos játékok. Bevételük 2019-ben 68,4 milliárd dollár volt, ami a teljes piac bevételének 45 százalékát teszi ki.



2. ábra: A játék szektor globális árbevételének alakulása 2018-2022

Forrás: (Portfólió, 2020)

A szegmensben belül nem csak a legnagyobb árbevételt, de a leggyorsabb fejlődést is a mobilapplikációk érik el. A Google Play előfizetőinek száma 2018 és 2019 között 70 százalékkal nőtt. A növekedés hátterében elsősorban az innovatív és akadálymentes felhasználói élménynek köszönhető, amely alapjai a mikrotranzakciók, azaz az alkalmazáson belüli fizetések. Ezen kívül rengeteg lojalitásért járó jutalom elérhető.

Az 5G mobilhálózat elterjedése további magasságokba fogja emelni a mobiltelefonok és szoftverek fejlődését, így a közeljövőben ismét teljesen átalakulhat a videójátékok piaca.

Mire számíthatunk a jövőben?

A folyamatos technológiai fejlődések következtében tisztán látszódik, hogy a lehetőségek határa a csillagos ég.

- Virtuális valóság (VR): Manapság a valóság és a fantázia közti határ egyre vékonyabb, illetve egyre tágabb fogyasztói rétegnek elérhető. A piacvezető cégek, például az Oculus vagy a Valve egyre olcsóbb és jobb termékeket gyárt, így egyre többen vásárolják is őket.

- Cloud Gaming: Jelentése: felhőalapú játékszolgáltatás. Óriási előnye, hogy a fogyasztóknak nincs szüksége erős hardware-ra, mivel azt a szolgáltató előfizetés ellenében biztosítja.

Működési elve, hogy a szolgáltató streameli, azaz közvetíti az adott játékot az előfizető számítógépére, miközben a játékot a fogyasztó vezérli. A szolgáltatás effektív működéséhez erős és szakadozásmentes internetkapcsolat szükséges.

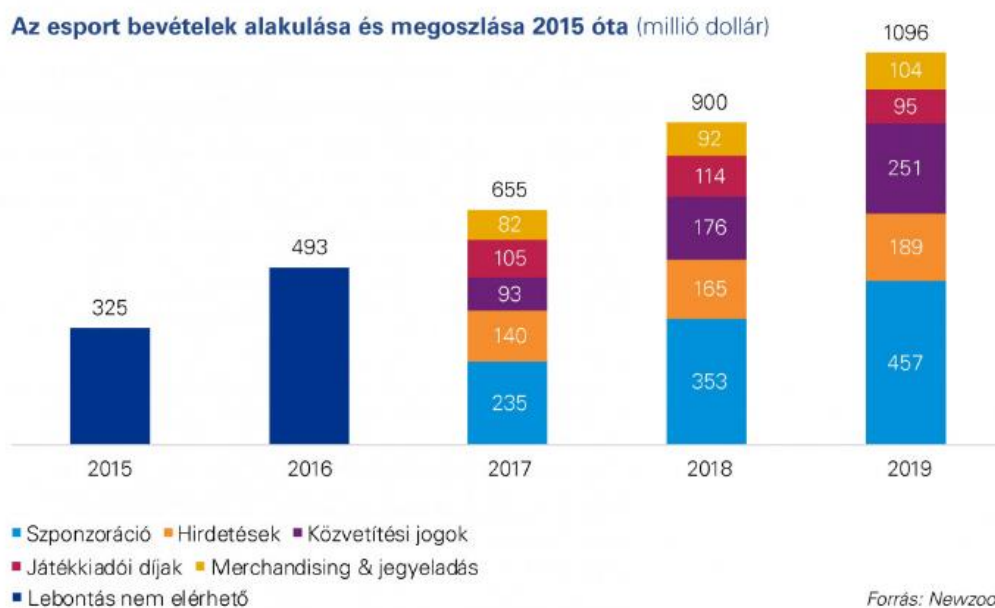
- Valós idejű testreszabás: A játékok ezen része még teszt fázis alatt van. A szoftver lehetővé tenné, hogy a játékosok automatikusan generáljanak olyan tartalmakat a játékon belül, amely a játékos személyiségéhez, valamint játéktílusához van igazodva. A szoftver a játékoshoz tartozó elérhető adatokat hasznosítani tudja, így a játékok egy teljesen új generációja köszönhetne be.

A technológiák folyamatos fejlődésével teljesen meg fog változni a jövőben az, hogy a fogyasztók hogyan is élik át a játékokat. Folyamatosan új lehetőségek nyílnak meg a vállalatok és a márkák előtt, így a jövőben egy sokkal erősebb fogyasztó bázist tudnak kialakítani. A játékpiacon döntő fontosságú lesz, hogy melyek lesznek azok a vállalatok, akik előnyükre tudják majd fordítani ezt az új környezetet.

3. Az online játékok gazdasági szerepe

„Példátlan változás zajlik a szórakoztatóipar világában: hódítanak a netes videók, az előfizetéses online modellek és a különböző videójátékok. Ez jelentősen átrendezi az ágazat hagyományos működését. A videójátékokkal és internettel felnövekedett Y, Z és Alfa generációk az egyik legcsábítóbb fogyasztói réteget jelentik a vállalatok számára, főként azért, mert ez a generáció kevésbé a megtakarítás, mint az élményhalmozás iránt fogékony.” (Portfólió, 2019)

A mai fiatalok jelentős része nem néz televíziót, nem olvas nyomtatott újságot, nem hallgat rádiót. Ehelyett a szabadidejüket az online téren töltik és az interneten keresztül tarják a kapcsolatot ismerőseikkel. Ennek köszönhetően az iparágnak új megoldásokkal kellett előállniuk, annak érdekében, hogy lépést tudjanak tartani a generációk fejlődésével. Ez a megoldás pedig potenciálisan az esportban látható, amelynek a bevételeinek döntő többsége a szponzorációkból, hirdetésekéből, illetve a közvetítési jogok eladásából származik.

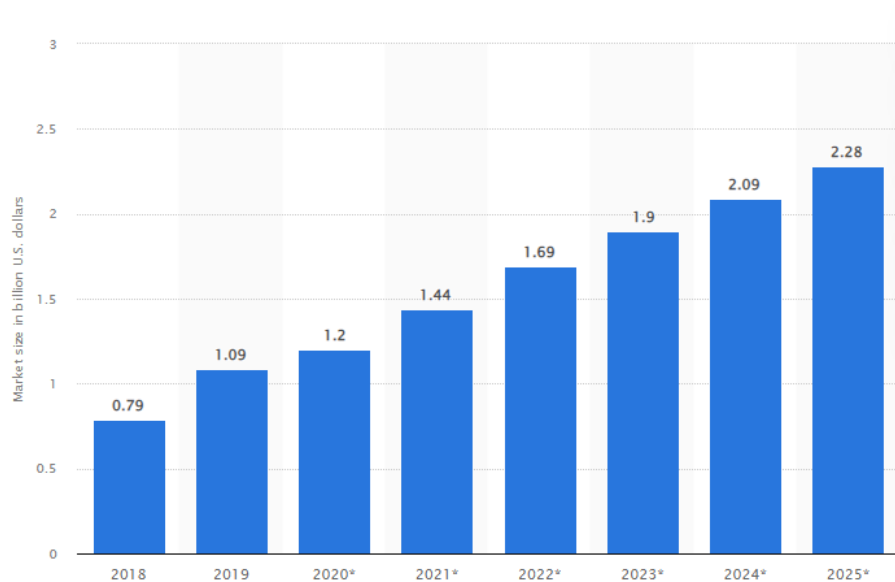


3. ábra: Az e-sport bevételeinek alakulása és megoszlása
(Forrás: Newzoo, 2019 alapján)

Az ábrát a Newzoo kutatása alapján szúrtam be, amely világszinten az egyik legmegbízhatóbb játék és esport piackutató cégek közé tartozik.

Az ábrából is leolvasható, hogy a különböző bevételi források lebontását egészen 2017-ig nem követték. Jelenleg Ázsia, Észak-Amerika, valamint Kína képviseli a legnagyobb e-sport piacot a bevételek tekintetében.

Ahogy a 4. ábrán megjelenő diagrammon is látszik, az esport piac folyamatos fejlődést mutat világszinten Egyre több néző kíváncsi arra, hogy a világ legjobb játékosai, hogyan küzdenek az általuk legkedveltebb játékban. Különböző előrejelzések szerint az esport piac 2019-es 0,79 milliárd dolláros bevételehez képest, ez a szám 2025-re közel 2,28 milliárd dollárra fog növekedni. (Christina Gough, 2022)



4. ábra: Az esport bevételek 2018-2015 között világszinten
(Forrás: Statista.com, 2022 alapján)

3.1 De mi is az az esport?

Az e-sportban résztvevők professzionális szinten, szervezeten, valamint versenyszerűen foglalkoznak videójátékokkal. Mint minden más sportban, itt is vannak amatőr, illetve profi versenyzők is. Az otthoni hobbiszintű videójáték használat azonban nem e-sport.

Legfőbb e-sport videójáték típusok:

- Stratégiai játékok
- Verekedős játékok
- Lövöldözős (FPS) játékok
- Többjátékos interneten folytatott játékok (MOBA)
- Sport játékok

Az eNet kutatása kimutatta, hogy Magyarországon a legnépszerűbb játék a League of Legends, illetve a Counter Strike: Global Offensive. Ezen kívül még töretlen népszerűségnek örvend a Hearthstone, ami egy online kártyajáték. (pwc.com, 2018)

3.2 Az esports eredete

Az első e-sport verseny 1972-ben került megrendezésre, az akkoriban népszerű Spacewar! nevezetű játékkal. Ezt követően 1980-ban már több mint 10.000 fős videójáték versenyt szervezett meg egy amerikai cég, ahol a legtöbbet a Space Invaderst játszották, amely egy japán lövöldözős játék volt. A mai e-sport fogalma - amikor a játékosok valós időben egy másik játékos ellen játszanak - pedig a 90-es években született meg, ugyanis a technológia ekkorra ért el egy olyan szintre, hogy ez megvalósítható legyen.

3.3 Az e-sport szerepe Magyarországon

A sport népszerűsítését először egy magyar mozgalom az „Egymillióan a magyar e-sportért” kezdte el 2013-ban. Céljuknak kitűzték, hogy fejlesszék az iparágat, amire 2 milliárd forint támogatást is kaptak. A szervezet a mai napig aktív és folyamatos sikereket ér el a sport népszerűsítésével, illetve a sport növekedését akadályozó problémák megoldásával kapcsolatban. Az első magyar nagyobb e-sport rendezvény a 2018-ban lévő V4 Future Esport volt. Sajnos a szervezet sikerei mellett is látszik, hogy a magyar kultúra távol áll még az e-sport világtól, amit a magyarok hozzáállásában, illetve a társadalmi megítélésben lehet a legjobban látni.

3.4 Elsődleges célcsoport: a fiatal férfiak

A mai világban született gyerekek beleszületnek ebbe a modern világba, ahol a videójáték fogyasztás egy alapvető dolognak számít. A szülők nagy része játszik valamilyen játékkal, így a gyermekek ezt látva nőnek fel aminek következtében már kis korban elkezdődik az érdeklődés a játékok iránt. Az eNet kutatása alapján 2017-ben a 18 év alatti gyermekek 56%-a játszott valamilyen videójátékkal. A kutatás kapcsán igazán meglepő eredmény, hogy az 5 év alatti gyermekek negyede, a 6-10 év közöttiek kétharmada, a 11-18 év közöttieknek pedig háromnegyede játszik valamilyen videójátékkal. A felnőttek a munka utáni kikapcsolódás, szórakozás élménye miatt játszanak, míg a gyermekeknek ezeken felül edukációs célokat is szolgálnak a videójátékok. A szülők 46%-a szabályozza azt, hogy a gyermeke mennyi időt is tölthet videójátékokkal.

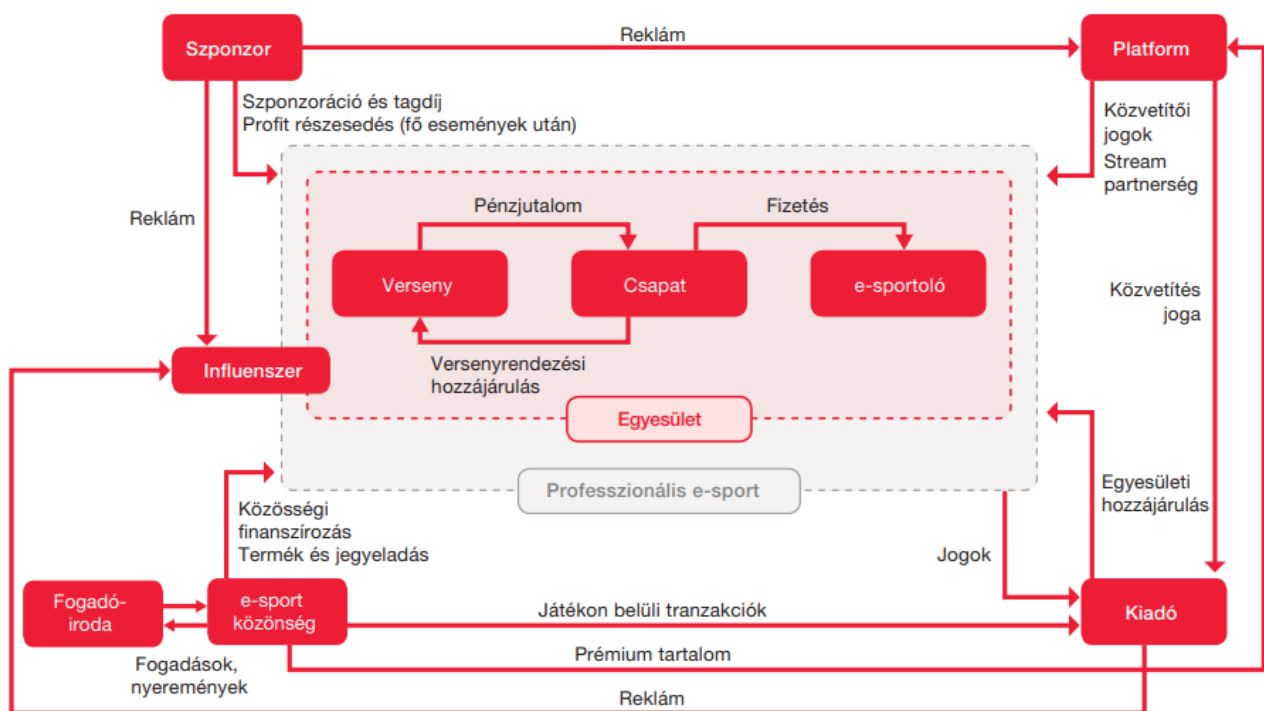
A fiatalok életére nagyon nagy befolyással van az esports is, amit a magyarországi rendezvények is mutatnak. A 2017-ben megrendezésre kerülő Xbox One PlayIT rendezvényre is több ezer vendég érkezett országos szinten. Ezeken a rendezvényeken a videójátékokon kívül rengeteg program is van, YouTube sztárokkal lehet találkozni, Cosplay bemutatókat rendeznek. (Enet, 2017)

4. Piacelemzés

A piac szereplői, pénzáramok

„Az e-sport minden szereplőjének megvannak a maga bevételi forrásai. Az ökoszisztéma motorját az e-sportolók, a belőlük szerveződő csapatok, a csapatok megmérettetését biztosító versenyek és a közönség adják. Természetesen magukat a játékokat a kiadók fejlesztik, a versenyszervezés jogát ők értékesítik, ezért az ő szerepük az egész ökoszisztéma számára meghatározó. A tartalmak közvetítésén keresztül (versenyek, streamek, elemzések stb.) az e-sport közönség elérését az úgy nevezett platformok biztosítják, ilyenek például a Twitch.tv vagy a YouTube.

A további szereplők úgy, mint a szponzorok, az influenszerek és a fogadóirodák az e-sport piac növekedését segítik elő, amely végsősoron minden szereplőnek az előnyére válik. „(pwc.hu, 2022) ///[Internet 2]



5. ábra: A piac szereplői, pénzáramok
Forrás: (pwc.hu, 2022)

4.1 A videojáték piac mérete

A videojáték piac meghatározó elemei a videojátékok megvásárlása, illetve a felhasználók költése a megvásárolt játékon belül. Következő fontos elemei a periféria és a hozzá tartozó hardver vásárlás.

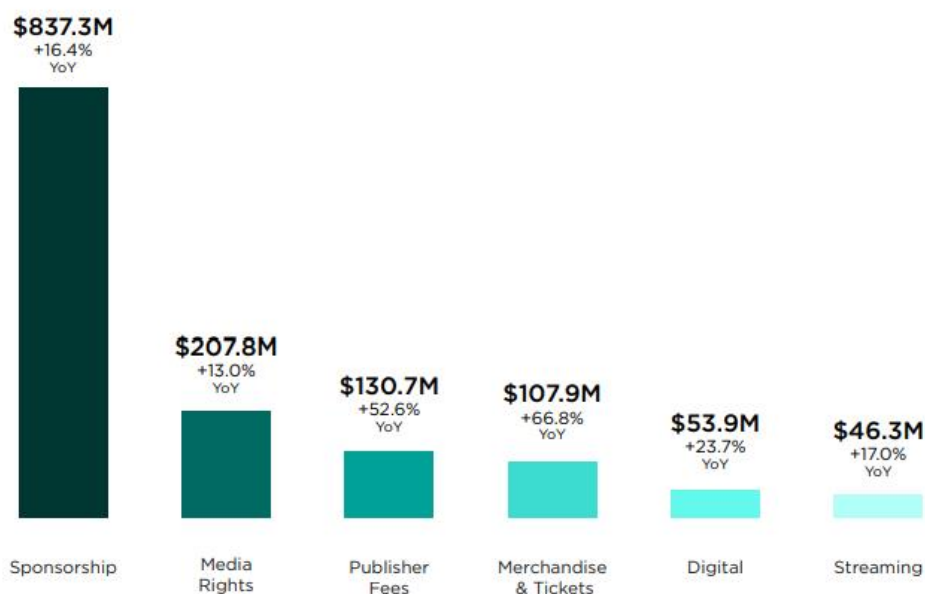
Az eNet kutatása szerint a legnépszerűbb alkalmazásvásárlási módszer az alkalmazásboltból való vásárlás, amit a felmért személyek 30%-a választott, ezen kívül a videójáték fogyasztók 33%-a költ videójáték vásárlásra a fennmaradó rész pedig ingyenes játékokkal játszik.

A mai világban a legritkább vásárlási szokás az offline, hagyományos módon történő játékvásárlás, ami csak minden tizedik játékosra jellemző. In-Game azaz játékon belül pedig minden hetedik ember költ.

Az elköltött összeg megegyezik azzal, amit 10 évvel ezelőtt a teljes hazai online kiskereskedelemben költöttek el az emberek játékokra, ami 2006-ban 31 milliárd forint volt.

4.2 Bevételi források az e-sport piacon

A newzoo az esport-ból származó bevételi forrásait hat fő kategóriára ossza szét. A fő jövedelmi forrás az a szponzorációból származó bevételek, ami az összbevételek 61%-t teszi ki. Ezután következik a médiajogokból származó bevételek 15%, majd a kiadói díjak, kereskedelmi és jegyeladási bevételek szinte ugyanolyan arányban, majd legvégül a digitalizációs, illetve közvetítői bevételek. (Newzoo, 2022)

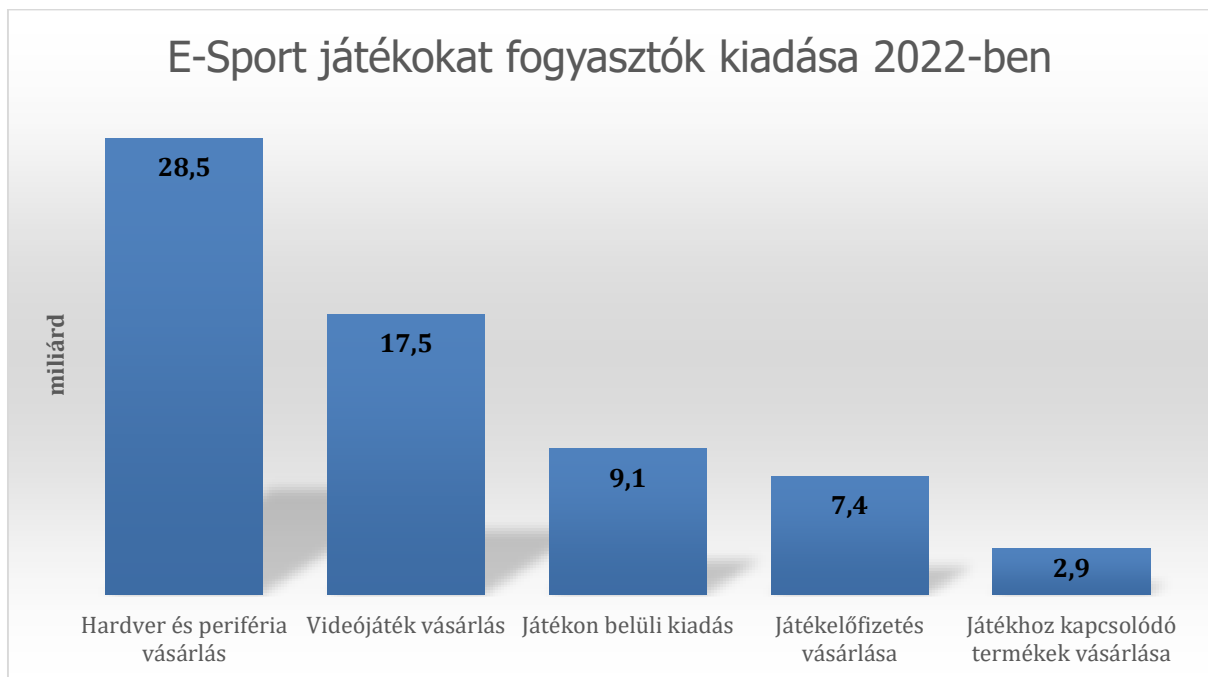


6. ábra: Az esport bevételei világszinten
Forrás: (Newzoo, 2022)

A világszintű bevételekhez képest a magyar esport piac jóval kisebb számokat generál, viszont az tisztán látható, hogy folyamatosan fejlődik.

Az eNet 2022-es kutatása alapján a magyarországi e-sport játékokkal játszó kiadását évi 65,4 milliárd forintra becsülik.

Ez a jelentős összeg a következőkből adódik össze: hardver és periféria vásárlások; videójáték beszerzése; játékon belüli költségek; játékelőfizetések vásárlása, valamint a játékhoz kapcsolódó termékek beszerzése. Bár elsőre soknak tűnhet, azonban havi szintre bontva csak 7500 Ft-ot jelent fejenként, ugyanis Magyarországon körülbelül 730.000 főre tehető az e-sport játékokat fogyasztók száma. A forgalom növekedését magyarázza az is, hogy a játékos közösség egyre nagyobb része rendelkezik önálló jövedelemmel.



*7. ábra: Az esport bevételei világszinten
Forrás: (Vass, 2022)*

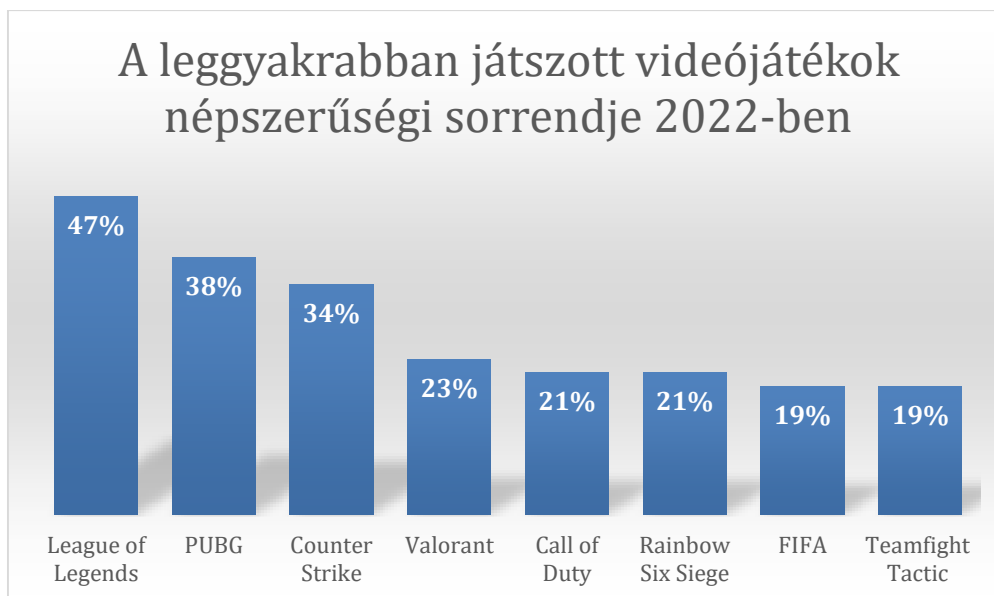
A kutatás alatti időszakban tört be a hardverpiacot is negatívan érintő nyersanyaghiány, amelyet a vásárlók kétharmada jelentősen megérzett.

A hiányból kifolyólag az árak emelkedése is olyanméra jelentős volt, hogy egy felmérés során, tízből négy válaszadó nyilatkozott úgy, hogy a magasabb árak miatt jutottak arra a következtetésre, hogy nem veszik meg a kívánt hardvert.

A kutatásból további információk is kiderültek. Mint például az, hogy kitöltők 26%-a többet játszott a koronavírus járvány időszaka alatt, mint előtte bármikor.

Emellett a megkérdezettek további 24%-a az e-sporttal kapcsolatos videók, közvetítések fogyasztásával töltött több időt. Ezen kívül 31% próbált ki valamilyen új játékot. A megkérdezettek maradék része pedig nem változtatott a játékos szokásain a pandémia időszaka alatt.

Ezen alakulások a mai napig is tartósan bizonyulnak, ugyanis a korlátozások feloldásával sem csökkentek vissza a pandémia időszak előtti szintre.



8. ábra: A leggyakrabban játszott videójátékok népszerűségi sorrend szerint
Forrás: (eNet, 2022)

A fentebb ábrázolt diagramon a 2022-ben leggyakrabban játszott videójátékok kerültek felsorolásra. Nem ritka, hogy bizonyos játékok népszerűsége hirtelen megugrik, majd vissza is esik rövid időn belül. Ezekkel ellentétben az igazán sikeres játékok képesek hosszútávon fenntartani a játékosbázis érdeklődését.

A népszerűségi lista első helyét töretlenül a League of Legends foglalja el, amely évek óta töretlenül tartja ezt a pozíciót és tartja fenn az e-sport közösség érdeklődését. Második helyen áll a PUBG, kicsivel meghaladva a CS:GO népszerűségi szintjét, negyedik helyen pedig a Valorant zárt, ami pár éve üstökösként jelent meg a játékpiacon.

Összegezve a fentebb leírtakat, jól látható, hogy a hazai e-sport ismeretsége és a videójátékok népszerűsége folyamatosan növekszik. A koronavírus járvány alatti korlátozások ezt a növekedést tovább erősítették, amelyet a játékpiacon is felismert, ezáltal a gyártók egy egészséges piaci versenyben harcolhatnak tovább egymással. Ez a verseny szolgálja a játékosok javát is, aminek eredményeként egyre szélesebb rétegek érdeklődését keltheti fel az e-sport.

5. Játék bemutatás

5.1 League of Legends

A következő fejezetben, szeretném bővebben bemutatni a 21. század egyik legmeghatározóbb játékát, a League of Legends-t. Ezen játékkal napjainkban is játékosok több tíz milliói játszanak napi rendszerességgel, mindemellett az Esport történelem egyik legsikeresebb játékának tartják számon.

A játék stílusa MOBA (Multiplayer Online Battle Arena), amely magyarul többszereplős internetes csataarénát jelent. A játék alapköveit a Blizzard Entertainment által megalkotott Starcraft, majd a Warcraft III.: The Frozen Throne, illetve a Defense of The Ancients (DOTA) jelentette.

A piaci szereplők gyorsan felismerték a játék potenciálját, miután 2009-ben a Riot Games bemutatta a League of Legends-et. A 13 éve töretlen sikerű játék hatalmas közösséggel és kimagasló bevétellel rendelkezik.

A létszámok tekintetében, a játékban 3, illetve 5 fős csapatok küzdenek meg egymással, játékosonként egyetlen hóst irányítva.

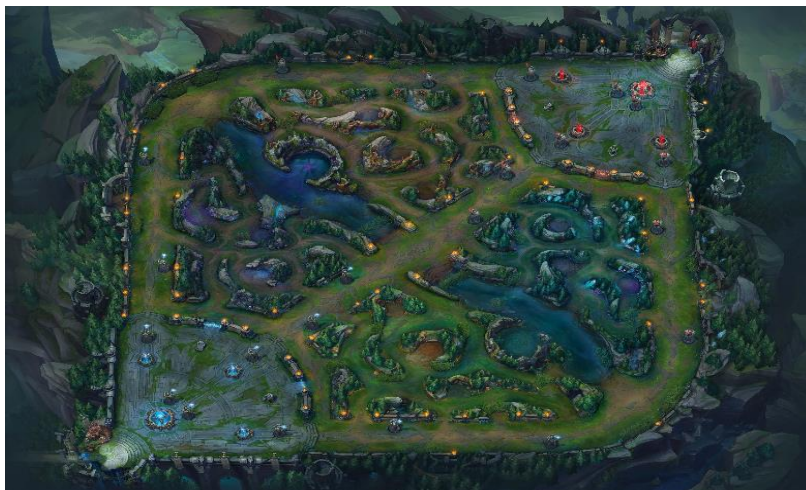
A játékban lévő hősöket különböző kategóriák szerint tudjuk sorolni:

- Tank
- Mágus
- Lövész
- Támogató
- Orgyilkos

Jelenleg több mint 150 hős létezik, azonban a játék fejlesztői csapata minden hónapban próbál legalább egy új hóst megjeleníteni, ezzel is egyre színesebbé téve a játékot. Az újonnan megjelenő hősöket mindig animációs bemutató videók előzik meg, ezzel is felkeltve a játékosok érdeklődését. A kisfilm után egy részletes bemutató következik, ahol bemutatják a karakter képességeit, illetve hasznos tanácsokat kaphatunk a használatával kapcsolatban. Játékon belül a hősök vásárlására kettő lehetőségünk van. Az egyik, hogy megvesszük őket a mérkőzések során összegyűjtött pontokból. A másik lehetőség pedig, hogy Riot pontokat vásárolhatunk, azonban ez egy fizetős szolgáltatás. A karaktereket megjelenésük után egy hónapig viszont csak drágábban tudjuk megvásárolni.

Az 5. ábrán látható pálya az „Idézők szurdoka”, ami a klasszikus pálya. Ezen a pályán zajlanak le a rangsorolt mérkőzések, illetve az Esport versenyek is.

A pálya 4 részből áll: Felső ösvény, középső ösvény, alsó ösvény, illetve dzsungel. Ezen részekben a csata folyamatosan zajlik, a csapatok végcélja pedig az ellenfél tornyainak ledöntése, majd a Nexus lerombolása.



9. ábra: Summoner Rift térképe
Forrás: (Surrenderat20, 2022)

A Nexus lerombolása után vége a játéknak, tehát végül az a csapat győzedelmeskedik, aki ezt hamarabb megteszi. A játékidő minimum 15 perc, maximum 50 perc lehet, ezáltal átlagosan 30 perc környékére tudható be egy mérkőzés.

Legnagyobb hátránya más játékokkal szemben, hogy az adott menet ideje alatt nem lehet leállítani a játékot. Abban az esetben, ha valamelyik játékos mégis elhagyja a mérkőzést, büntetésben részesül. Amennyiben ez rendszeressé válik, a játékból való kitiltás is lehetséges, ugyanis a csapat többi tagját hátrányba helyezi. A játék elhagyásán kívül azonban, további viselkedésmódok léteznek, amelyek esetében kitilthatnak egy játékost.

A következő indokok elfogadhatatlanok és büntetést vonhatnak maguk után:

- Sértő, zaklató vagy csúnya szavak használata más játékosokkal szemben
- Gyűlöletbeszéd
- A csapat játékelményének szándékos rontása például bajkeveréssel, szándékos öngyilkossággal vagy a játék akaratlagos megnehezítésével a csapat többi tagja számára
- Kilépés és inaktivitás a mérkőzés bármely pontján
- Zavaró viselkedés vagy nyelvezet, ami elvonja a figyelmet a játékról
- Nem megfelelő, sértő idézőnév

A játék legmeghatározóbb része, maga a fejlődés. A motiváció végig megmarad, hiszen a rangsorolt mérkőzések folyamatosan arra ösztönzik a játékost, hogy minél több időt és energiát fektessen a fejlődésbe.

A rangsorolt mérkőzéseken nyújtott teljesítményük alapján, minden játékos besorolható egy osztályba, valamint azon belül egy divízióba.

5.2 Osztályok

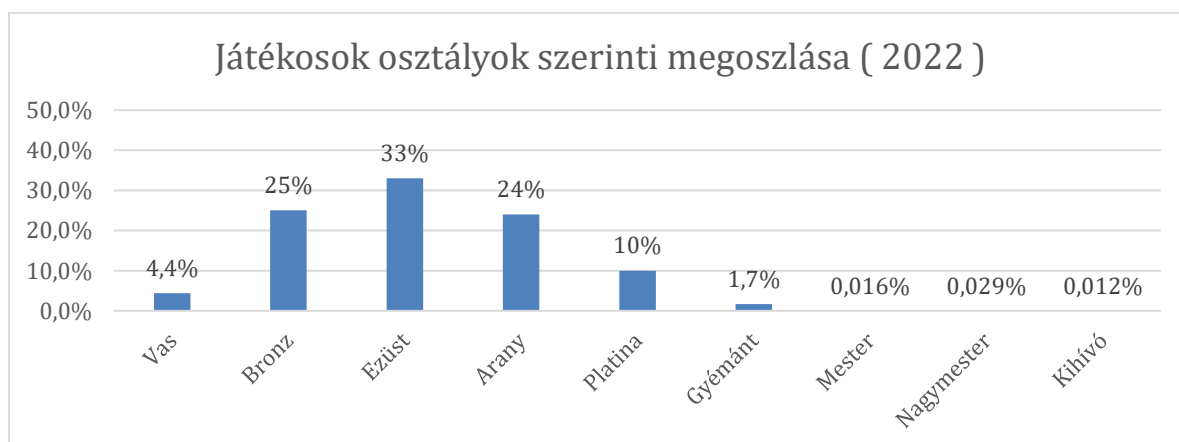
A rendszer alapvetően kilenc osztályba sorolhatja a játékosokat. Az alábbi ábrán ezen osztályokat láthatjuk a legalacsonyabbtól, a legmagasabb szintig.



10. ábra: League of Legends osztályai
Forrás: (Laserface, 2022)

A rendszer működési lényege egyszerű. Minél több mérkőzést nyerünk, annál több pontot kapunk, ezáltal egyre magasabb szintre juthatunk el.

Érdekesség továbbá, hogy minél magasabb szintet vizsgálunk, annál kevesebb a résztvevő játékosok száma. Míg a Challenger, azaz a kihívók kategóriában csak a játékosok 0,012%-a van jelen, addig a vas-bronz-ezüst szintekbe tartozik a játékos közösség 60%-a.



11. ábra: Játékosok osztályok szerinti megoszlása
forrás: Saját szerkesztés

5.3 Divíziók

A divíziók lényegében az osztályok mérföldkövei. Mindegyik osztály négy különböző divízióra tagolódik, amelyeket számokkal jelölnek. Például, hogyha Ezüst I – ben vagyunk és sikeresen átküzdjük magunkat ezen divízión, akkor Arany IV-ben folytathatjuk tovább a játékot.

Ezek az osztályok, illetve divíziók keresztül nem csak előre van lehetőségünk haladni, hanem visszafelé is. Amennyiben az adott játékos túl sok mérkőzést veszít el, a jelenlegi pozíciójából visszaesik, ezáltal egy alsóbb szintre kerül a ranglétrán.

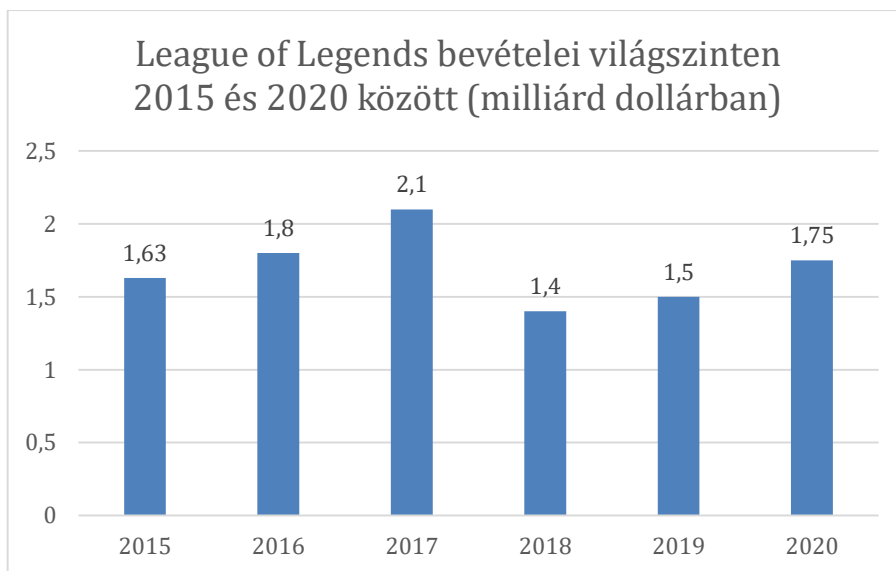
5.4 A játékból szerzett bevételek

A játéknak naponta több mint 27 millió aktív játékosa van csúcsidőben. Általában ez az idő a délutáni órákra tehető, amikor a gyerekek hazaérnek az iskolából, a felnőttek pedig a munkahelyükről.

A játékkal rengetegen játszanak, viszont ebből nem következik az, hogy sokan is költenek a játékra, mivel egy ingyenes játékról van szó.

Ehhez képest a League of Legends 2020-ban nagyjából 2 milliárd dollárnyi bevételt termelt világszinten, ami hihetetlen eredmény ahhoz viszonyítva, hogy a cég csak a játékban elköltött pénzeket számolja bevétel forrásként.

Ez kétszer annyi, mint amit a Hearthstone, amely 1,4 milliárd USA dollár bevételével a 2. helyet foglalja el.



12. ábra: A League of Legends bevételei világszinten 2015-2020
Forrás: (Statista, 2022)

A 12. ábrából kimutatható, hogy a játék több mint 10 évvel a megjelenése óta is töretlen népszerűségnek örvend köszönhetően az erős rajongó bázisának, amit az évek alatt felépített.

6. Az online játékok fiatalok életére gyakorolt hatásai

6.1 Élettani hatások

Az idő előrehaladtával az online játékok, illetve az online tér olyannyira fontossá vált a fiatalok számára, hogy mára már teljesen beépült a mindennapjaikba. Azonban a pozitív hatásain kívül rengeteg negatív élettani hatása is lehet, amennyiben túl sok időt töltenek a képernyők előtt.

A fiatalok jelentős része küzd alvászavarokkal és álmatlansággal. A 2011-ben végzett kutatások kimutatták, hogy a mai világban felnövekedett fiatalok, már több mint egy órával kevesebbet alszanak éjszaka, mint a korábbi generációkban. A pihentető alvás pedig nagyon fontos a fiatalok számára, ugyanis ilyenkor zajlanak le a fejlődési folyamatok többsége.

Az alváshiányon kívül a kutatók tanulmányozták az elhízás és a túlzott számítógéphasználat közötti kapcsolatot is. Arra a következtetésre jutottak, hogy a folyamatos ülés, valamint a mozgásszegény életmód jelentős mértékben hozzájárul a fiatalok elhízásához, amely később aztán súlyos következményekkel járhat. Példának okáért, érrendszeri megbetegedéseket, magas vérnyomást és pulzusszám ingadozást is okozhat az idő előrehaladtával. Emellett a számítógéphez használt monitor túlzott használata, látáskárosodáshoz is vezethet. Tehát kijelenthető, hogy egy fiatal minél kevesebb időt tölt a szabadban, ellenben a számítógép előtt annál többet, a látáskárosulás kockázata növekszik.

6.2 Koronavírus és az esport

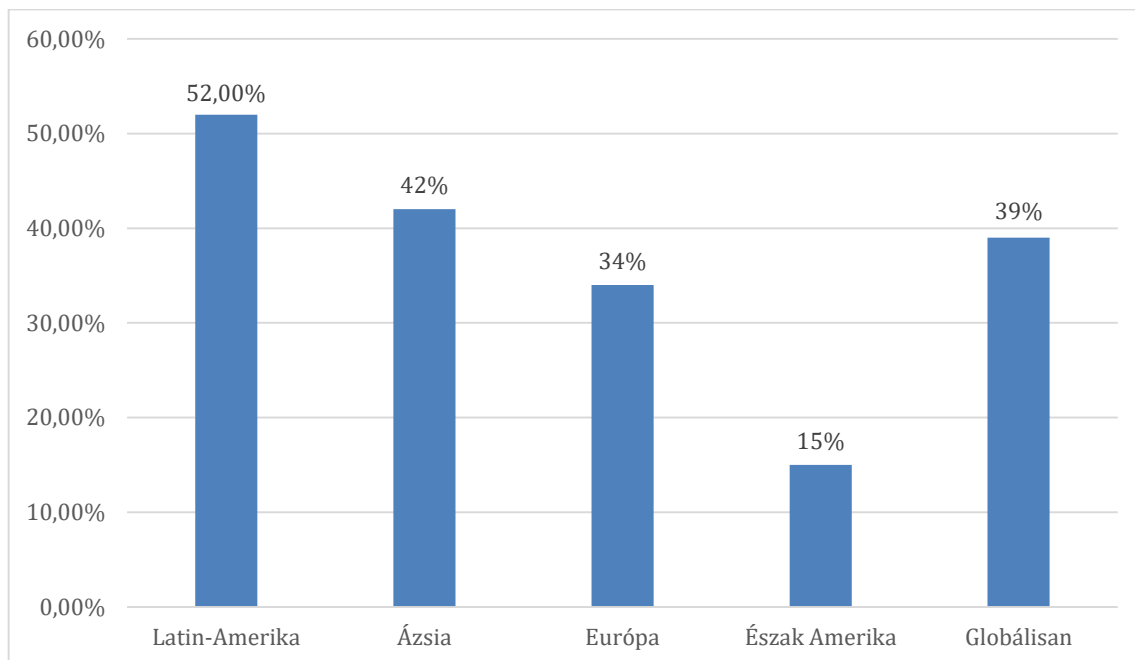
A koronavírus járvány az egész világon egy komoly problémát jelent és életünk minden aspektusát befolyásolja. Az egészségügyi problémákon kívül az oktatásra, vállalkozásokra, otthonokra, és még a sportra gyakorolt hatásának vizsgálata is elengedhetetlen.

Amint a COVID-19 megjelent a világon, azonnal eltörölték a nagyobb sporteseményeket. Az iparág azonban gyorsan reagált és megtalálta az alternatív pénzkeresési lehetőségeket, amit ebben az esetben az e-sport és a hozzá kapcsolódó fogadások jelentettek.

Az e-sporton kívül hirtelen népszerűek lettek tehát az online sportfogadások, illetve kaszinó oldalak, amelyekből Magyarországon is több hivatalos oldal működik, például: bet365, Vegas.hu.

7. A koronavírus járvány pénzügyi hatásai

A koronavírus megjelenését követően az egyik legnépszerűbb szabadidős tevékenységgé váltak az online játékok. Ennek következtében, a játékpiacon rohamosan fejlődött, amit a később bevezetett kijárási korlátozások, illetve egyéb megkötések tovább fokoztak.



13. ábra: A videójátékokkal eltöltött idő növekedése világszinten a koronavírus járvány alatti időszakba
forrás: (Statista C. J., 2021)

A statista diagramja alapján kimutatható, hogy a világjárvány idején minden egyes régióban nőtt a fogyasztók játékkal töltött idejének mennyisége. A legnagyobb növekedést Latin-Amerika mutatta, ahol a lakosság 52%-a többet játszott, mint korábban.

Játékeladások a Covid-19 megjelenése után

A vírus megjelenése után világszinten nőtt a játékeladások száma, amely összességében növelte az iparág bevételeit. A videójátékok fizikai értékesítése már évek óta folyamatosan hanyatlott, amit aztán az óvintézkedések miatt még jobban csökkent. Elmondható tehát, hogy az emberek inkább az online kereskedelmi szolgáltatásokat preferálták.

A koronavírus igazi nyertesei a videójáték készítők

Mint azt már az előzőekben említettem, a koronavírus járvány okozta megszorítások miatt rengeteg vállalat térdre kényszerült. Vannak azonban kivételek, mint például a videójátékokat szolgáltató cégek, akiknek pont az ellenkezője valósult meg. A kialakult globális karantén során a felhasználók száma ugrásszerűen emelkedett, hasonlóan a bevételekhez

Activision Blizzard

Az Activision Blizzard-ot szeretném elsőként megemlíteni, akiknek 2020 első negyedévében átlagosan 407 millió ember játszott a játékaikkal. Habár a társaság árbevétele 2%-kal csökkent ezen időszakban, az előző év ugyanezen időszakához képest, a profitot vizsgálva mégis növekedésről beszélhetünk. Ez köszönhető annak, hogy a cég leredukálta a költségeit, így a tiszta profit 13%-kal nőtt, azaz 505 millió dolláros profitot produkáltak.

A cég etalon játéka a Call of Duty: Warzone volt, amely úgy tört be a piacra, hogy már a megjelenés első napján több mint 1 millióan töltötték le. Ez a szám pedig napjainkban több mint 60 millió aktív játékosnál tart.

A játék maga ingyenes, viszont rengeteg fizetős prémium tartalom áll rendelkezésre, ezáltal rengeteg játékon belüli tranzakció jön létre.

A videójátékok mobil szegmensében a legnagyobbat a King nevezetű kiadó növekedett, aminek az egyik siker játéka a Candy Crush. Az első negyedéves időszakot tekintve a felhasználóinak száma 249 millió főről 273 millió före nőtt. (Portfólió, 2022)



14. ábra: Az Activision Blizzard árfolyamának változása 2020-ban
Forrás: (Portfólió 2022)

Electronic Arts (EA)

Az Activision Blizzard versenytársa, az Electronic Arts (EA) is közzétette számait, akiknél szintén megemelkedtek a felhasználók számai.

A társaság bevétele 1,24 milliárd dollárról 1,39 milliárd dollárra nőtt az első negyedévben, azaz 12%-kal emelkedett.

Ami viszont még ennél is meglepőbb eredményt hozott az az, hogy a profitjuk megduplázódott, így 209 millió dollárról 418 millió dollárra nőtt.

A kiadó legnépszerűbb játéka közé tartozik a FIFA, Star Wars, illetve a SIMS széria.

Az viszont nem meglepő, hogy az olyan szoftvergyártó cégek, mint az Activision Blizzard, a Take-Two vagy az EA az év eleji előrejelzésekkel kapcsolatban mindig visszafogottan nyilatkoznak, majd ahogy megyünk előre az időben, egyre felemelik a várakozásokat. (Portfólió, 2022)



15. ábra: Az Electroni Arts árfolyamának változása 2020-ban
Forrás: (Portfólió, 2022)

8. Anyag és módszer

8.1 A felmérés célja

A kutatásom segítségével egy online kérdőívet készítettem, amelyben elsősorban arra kerestem a választ, hogy a koronavírus okozta korlátozások, befolyásolták-e a videójátékokat fogyasztók számát és szokásait, a korábbi időszakhoz képest.

A kutatásomban azonban igyekeztem további számos szemszögből megvizsgálni a játékosok szokásait.

Az egyik ilyen szemszög a játékosok szociális életére irányuló kérdéskör, amellyel fő célom volt alátámasztani azt, hogy a játékoknak erős közösségépítő ereje is lehet. A felvetésre különböző kérdésekkel kerestem a választ, mint például, szereztek-e barátot a játékkal eltöltött idő alatt. Amennyiben igen, tartják-e a kapcsolatot velük, találkoztak-e már személyesen, vagy csak a játékon belül kommunikálnak egymással.

A következőkben azt vizsgáltam, hogy milyen hatása van az online játékoknak az oktatásra. Tanultak-e esetleg olyan dolgokat a játék során, amelyet aztán a hétköznapi életben hasznosítani tudtak vagy esetleg a nyelvismeretüket fejlesztette-e bármilyen mértékben.

Fontosnak tartottam továbbá a játékra szánt anyagi oldalát is megvilágítani, ugyanis az a meglátásom, hogy az önálló jövedelemmel rendelkező fiatalok, többet költenek videójátékokra és kiegészítőkre. Ebben a témakörben tehát központi kérdés volt, hogy rendelkezik-e az adott illető önálló keresettel, illetve a különböző vásárlási szokások felmérése.

A felsorolt szempontokon kívül, kitértem az alapvető játékszokásokra is, mint például:

- Periodicitás (milyen gyakorisággal játszanak az online térben)
- Szolgáltatás (mely játékkal játszanak)
- Stílus (milyen típusú játékokkal játszanak)
- Időintervallum (átlagosan mennyi időt töltenek el az online térben játékkal)

Végül, de nem utolsó sorban demográfiai jellegű kérdéseket tettem fel, annak érdekében, hogy a végén le tudjam vonni a következtetéseket.

8.2 A kérdéssor

Maga a kérdéssor 26 kérdést tartalmaz, amelyből az alapkérdések száma 20, a maradék 6 pedig demográfiai jellegű kérdés. A kérdésekből egy darab szabadon kitölthető kérdés van, a többi pedig kötelezően kitöltendő. A kérdések típusát tekintve a kérdőív tartalmaz zárt és nyitott kérdéseket is. Emellett mindegyik kérdés meghatározott formában van, azaz minden sornak tartalmaznia kell egy választ. A demográfiai kérdések a kutatás végén kaptak helyet.

8.3 A kérdőív típusa

A kutatásomhoz Google Űrlapok nevű online kérdőívet használtam, ami egy ingyenes bárki számára elérhető kérdőív. Használta gyors és egyszerű, a kérdésekre kapott válaszok pedig anonim módon kerülnek eltárolásra.

8.4 A felmérés időszaka, kitöltők száma

A felmérés 2022.szeptember 29. és október 2. között volt elérhető a kitöltők számára.

Összesen 110 fő töltötte ki, ebből mindegyik kitöltés értékelhető volt, feldolgozhatatlan minta nem született.

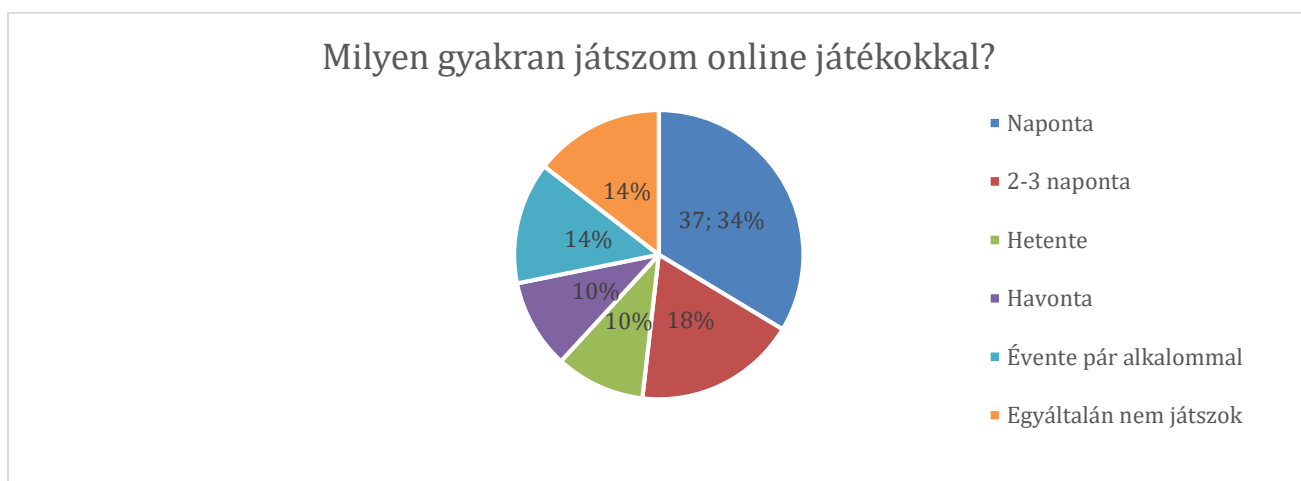
9. Eredmények és kiértékelésük

9.1 Hipotézisek

1. A videójáték fogyasztók nagyobb arányban férfiak, mint nők.
2. A koronavírus hatására a videójáték fogyasztók száma megnőtt a pandémia előtti évhez képest.
3. A jövedelemmel rendelkezők többet költenek videójátékokra, mint akik nem rendelkeznek önálló jövedelemforrásokkal.

A kiértékelést a kérdőívre kapott válaszok szerinti sorrendben fogom elvégezni.

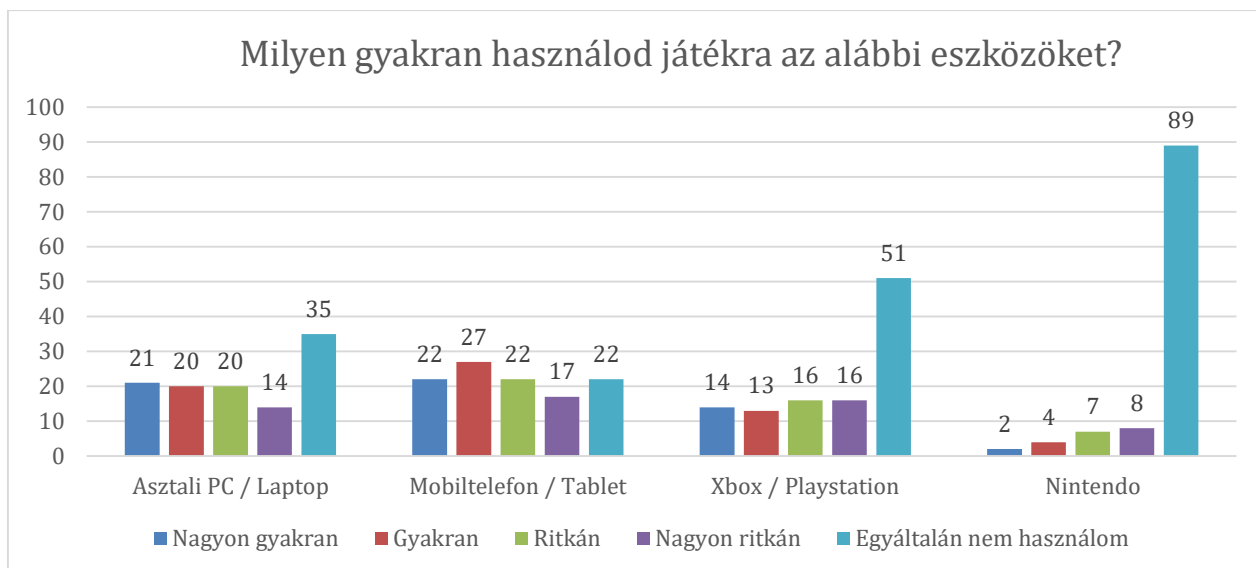
Első kérdésemben egy periodicitást felmérő kérdéssel kezdtem, melyben arra kerestem a választ, hogy a válaszadók milyen gyakran játszanak online játékokkal.



16. ábra: Az online játékkal való játék gyakorisága

Forrás: saját szerkesztés

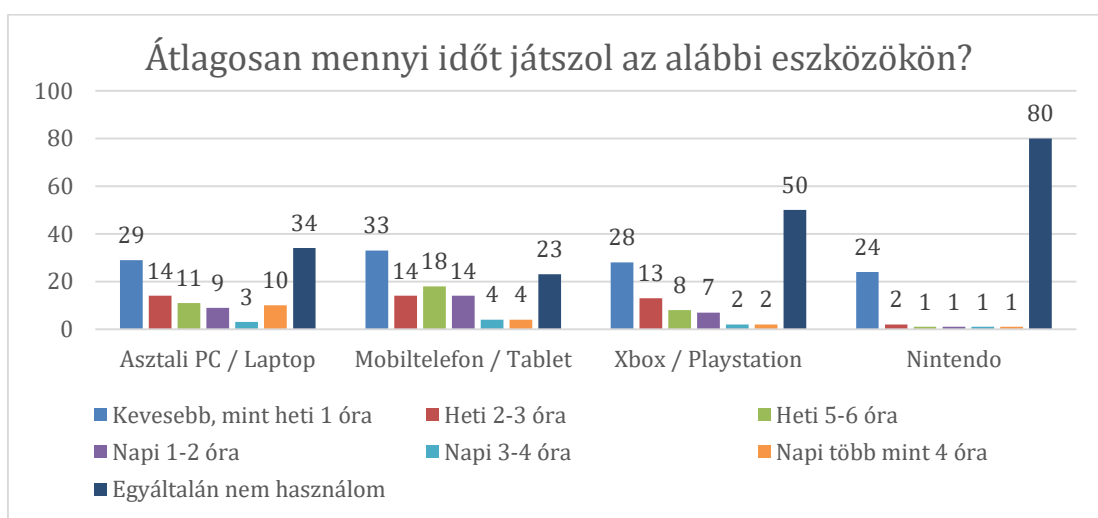
Az egyszerű bevezető kérdésekre kapott válaszokból jól leszűrhető, hogy a megkérdezettek jelentős részének a mindennapjaik részét képezik az online játékok. A második legnépszerűbb eredményt a 2-3 naponta játszó halmaz kapta, így már a felmérés elején kimutatható, hogy a kitöltők nagyobb részét a folyamatos videójáték használók teszik ki. A következő kérdésemben azt vizsgáltam, hogy mely eszközöket, milyen gyakorisággal használják játékokra a válaszadók.



17. ábra: Eszközök használatának gyakorisága
Forrás: saját szerkesztés

A 16. ábráról leolvasható, hogy a kitöltők leggyakrabban mobiltelefonon vagy pedig tableten játszanak online játékokkal. Ezek a válaszok hasonló eredményt hoztak, mint a szakirodalmi források eredményei. Ahogy azt a dolgozatomban is bemutattam mobilon olyan felhasználók is játszanak online játékokkal, akik nem költenének külön a mobilon kívül egy játékot futtató környezetre, mint például egy erős számítógép. Az 5G elterjedése véleményem szerint tovább fogja növelni a mobil játék felhasználók közösségét. Később következik az asztali pc vagy laptop, ami a második legkedveltebb platform lett.

Harmadik kérdésemben azt vizsgáltam, hogy a korábbi kérdésben említett eszközökön mégis mennyi időt is töltenek játékokkal a kitöltők.



18. ábra: Online játékkal eltöltött idő mennyisége
Forrás: saját szerkesztés

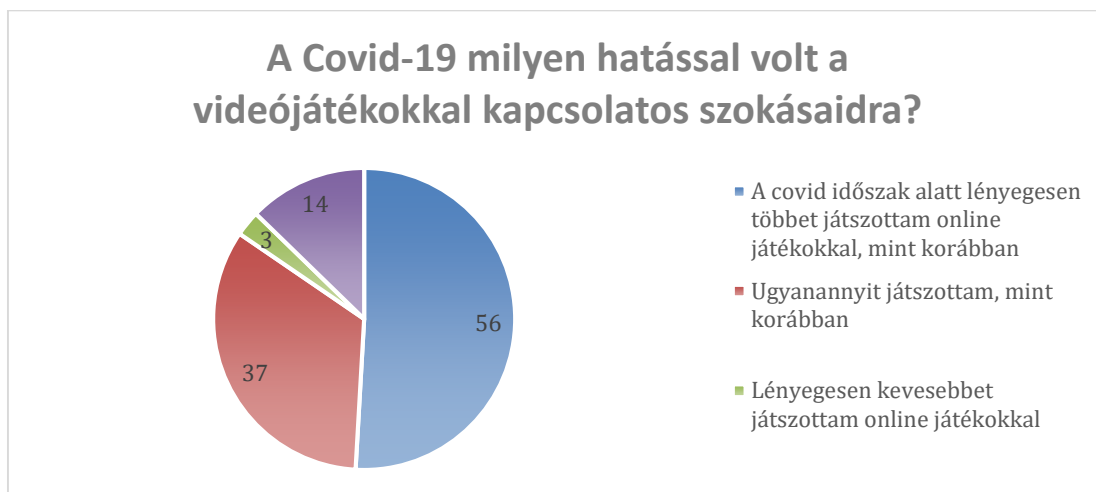
Felmérésem alapján napi szinten legtöbbet játékosok halmazában az asztali számítógép vagy laptop használók száma lett a legtöbb.

A legtöbbet pedig a mobiltelefonokat, illetve a tableteket használják. Véleményem szerint ez az eredmény annak is köszönhető, hogy sokkal egyszerűbb telefonon játszani mivel nincs helyhez kötve, mint például egy asztali számítógép, vagy Xbox. Telefonunkon játszhatunk szinte akárhol, ahol az időnk engedi.

Továbbá a kérdőívből kiderült, hogy a mai generáció kevésbé preferálja a korábbiakban népszerű Nintendo kézi játékkonzolt, mivel a kitöltők 73%-a egyáltalán nem használja.

Ez az eredmény véleményem szerint azért született, mivel Magyarországon sokkal kisebb mértékben terjedt el a Nintendo, mint játékkonzol a többi konzolhoz képest.

Negyedik kérdésem a koronavírus alatti játék használati szokásokra irányult.

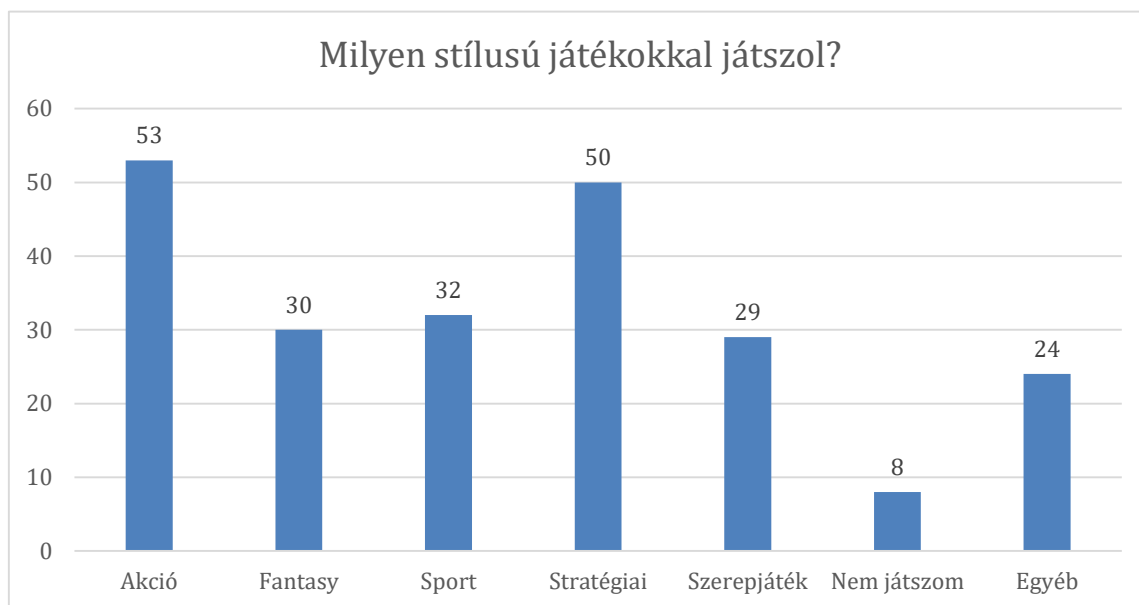


19. ábra: A koronavírus hatása a videójátékkal kapcsolatos szokásokra
Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények azt mutatták, hogy a vírus, illetve a kormány szankciói következtében óriási mértékben megnőtt a játékosok száma, a kitöltők lényegesen többet játszottak a világjárvány időszaka alatt, mint korábban. A feldogozott szakirodalmakban hasonló eredmény született az eNet kutatásából az derült ki, hogy a kitöltők 26%-a töltött több időt videójátékkal való játékkal, ami az én kutatásomban majdnem duplájára növekedett ugyanis 51%-os eredményt hozott. Véleményem szerint ez az eredmény egyértelmű volt, köszönhető a kormány „maradj otthon” kampányának, aminek következtében több millió ember kényszerült rá, hogy időeltöltési alternatívákat keressen, aminek egyik legnagyobb nyertese az online játékok. (Vass, 2022)

Továbbá a játékot egy jó lehetőséget kínáltak az embereknek, hogy interakcióba lépjenek kommunikáljanak egymással, ami az emberi lét egyik létfontosságú eleme.

Az ötödik kérdésben azt vizsgáltam, hogy a kitöltők milyen stílusú videójátékokat preferálnak a legjobban.



20. ábra: Videójátékok stílus szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

Összesen 226 válasz született, ami annak is köszönhető, hogy a kitöltők több válaszlehetőséget is megjelölhettek a kitöltés során. A mezőnyt a akció és stratégiai játékok nyerték meg. Az általam bemutatott videójáték a League of Legends ami a nemzetközi kutatások szerint a legnépszerűbb stratégiai játék, amit a saját felmérésem eredményei is bizonyítanak.

Az előző kérdéshez kapcsolódóan a következő kérdésben arra kerestem a választ, hogy melyik videójátékok a legnépszerűbbek a kitöltők körében.

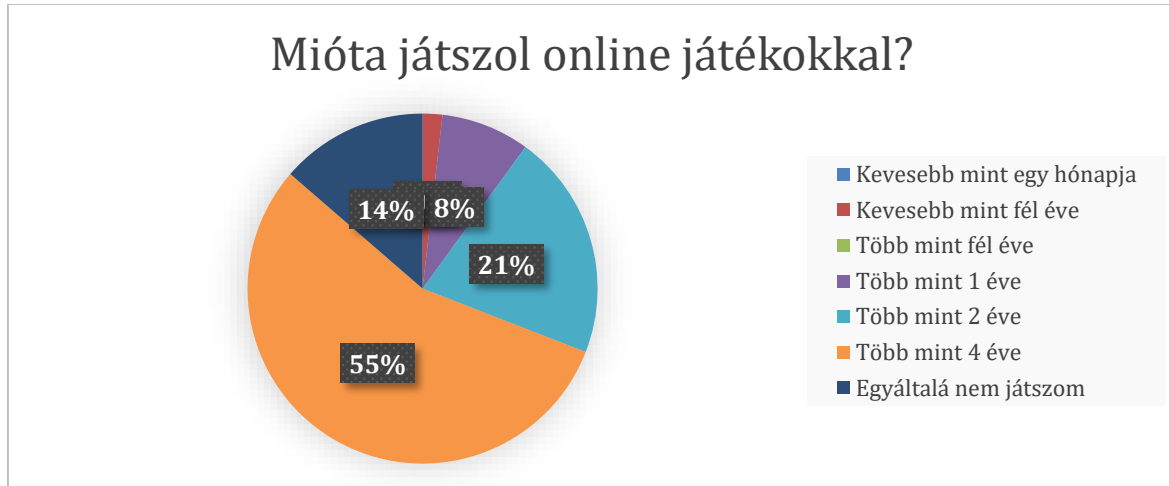


21. ábra: A legnépszerűbb játékok a kitöltők körében

Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők között a legtöbb szavazatot a League of Legends kapta 12 szavazattal, majd követte a Fifa, GTA, majd a Call of Duty.

A következő kérdésem egy egyszerű kérdés, a kitöltőknek arra kellett választ adniuk, hogy mióta játszanak online játékokkal.

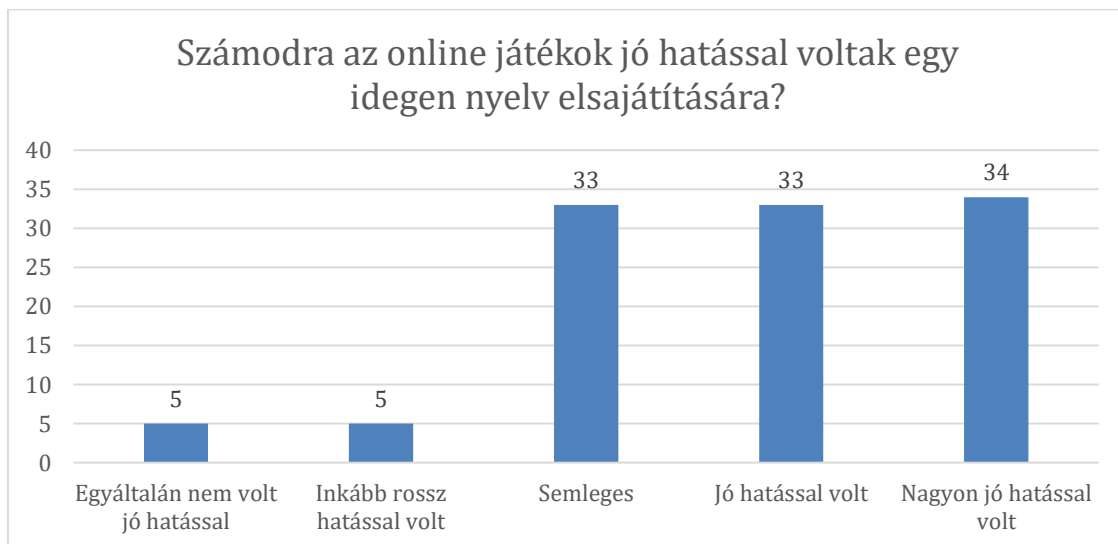


22. ábra: Mikortól játszanak a kitöltők online játékokkal

Forrás: saját szerkesztés

A kitöltők több mint 55%-a több mint 4 éve játszik online játékokkal, így toronymagasan ez lett a legnépszerűbb válasz.

A nyolcadik kérdésben arra kerestem a választ, hogy az online játékok milyen hatással vannak a nyelvismeretre.



23. ábra: Online játékok hatása az idegen nyelv elsajátítására

Forrás: saját szerkesztés

A kitöltésben nagyon pozitív eredmények jöttek ki, ugyanis a kitöltők több mint 60 százalékának pozitív hatást gyakorolt a nyelvismeretükre az online játékok.

A fő pozitívuma az online játékoknak, hogy a játékosok autodidakta módon tudat alatt tanulják meg az idegen kifejezéseket, a más játékosokkal való kommunikáció pedig folyamatos nyelvhasználatra ösztönöz, így javítja a szókincset. A saját példám is igazolja ezt az állítást, ugyanis a nyelvvizsgám megszerzéséhez a legnagyobb mértékben az online játékok járultak hozzá. A játékok közben folyamatosan kommunikáltam külföldi játékosokkal írásban, illetve szóban is, ami folyamatosan fejlesztette az angol kommunikációm, illetve szókinccsem.

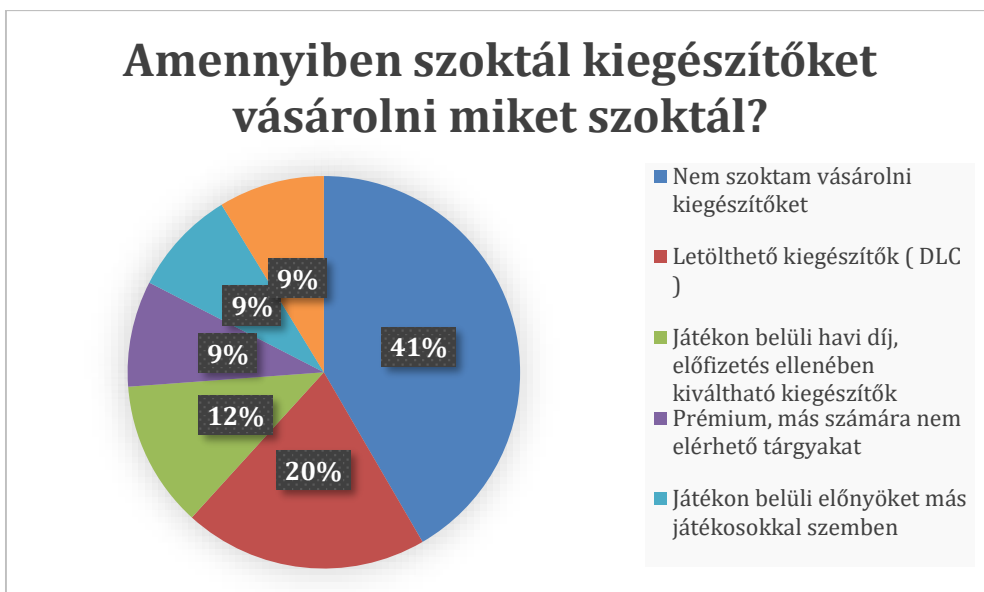
A következő három kérdésben a kitöltők vásárlási hajlandóságát, szokásait, vásárlási mennyiségüket vizsgáltam.



24. ábra: Online játékvásárlási szokások
Forrás: saját szerkesztés

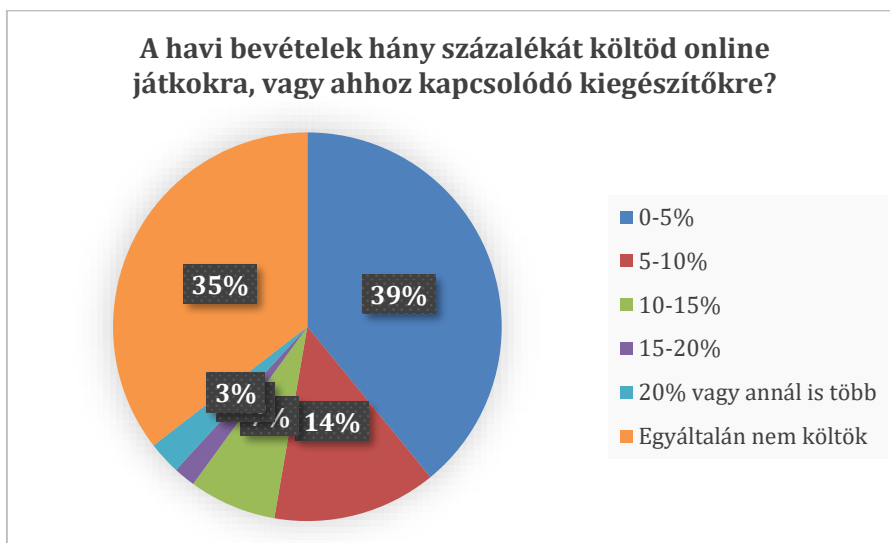
Az ebbe a fejezetbe tartozó első kérdéshez azt a választ kaptam, hogy a kitöltők nagyobb része egyáltalán nem vásárol kiegészítőket, illetve inkább csak ingyenes játékokkal játszanak. Ebből kétféle konzekvenciát lehet levonni. Elsősorban, mivel a kérdés a játékokra és a kiegészítőkre is vonatkozik így lehet, hogy a válaszadók magát a játékot megvették, viszont mivel már fizettek a játékért, így plusz kiegészítőért nem vásárolnak.

Másodsorban pedig lehet, hogy úgy gondolják, hogy a plusz kiegészítők, mint a DLC-k (letölthető tartalmak), prémium tárgyak, egyéb elemek nem adnak annyi élvezeti faktort, hogy fizessenek értük, így inkább csak a játék ingyenes tartalmait használják.



25. ábra: Online játékokban történő kiegészítő vásárlási szokások
Forrás: saját szerkesztés

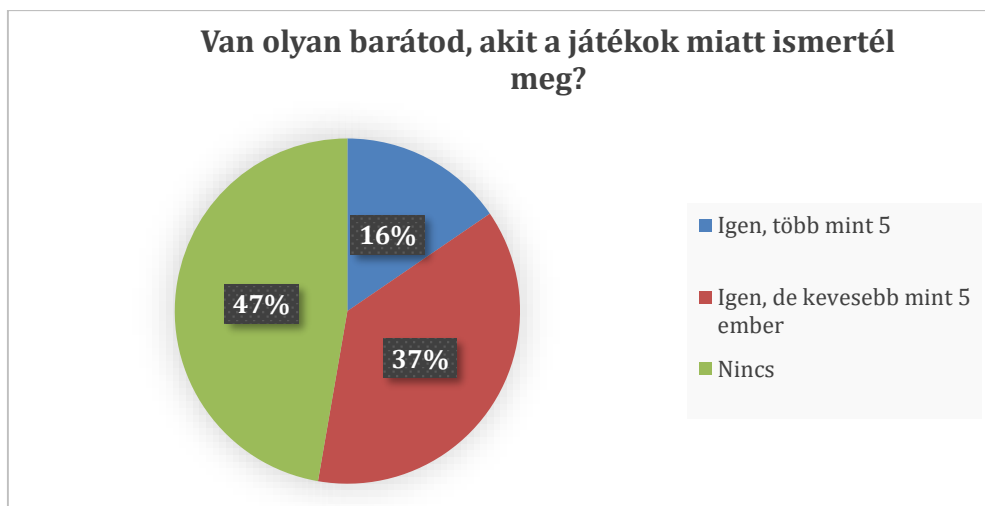
A kiegészítő vásárlók körében a legnépszerűbb kiegészítő a letölthető extra tartalmak, azaz a DLC-k, illetve az előfizetés voltak. A többi kategória pedig holtversenyben ugyanannyi kitöltést kaptak a válaszadóktól.



26. ábra: Online játékokra való költség a havi bevételek viszonylatában
Forrás: saját szerkesztés

A következő kérdésekben az online játékok közösségépítő, kapcsolatteremtő hatásairól kérdeztem a kitöltőket.

Az első ilyen jellegű kérdésem az volt, hogy a válaszadóknak van-e olyan barátuk, akiket a játékon belül ismertek meg?



27. ábra: Van olyan barátod, akit a játékok miatt ismertél meg?

Forrás: saját szerkesztés

Az eredmény bizonyítja azt, hogy a játékoknak mekkora közösség építő ereje is van ugyanis a kitöltők több mint 53%-a válaszolta úgy, hogy vannak-e barátaik, akiket a játékokon keresztül ismertek meg.

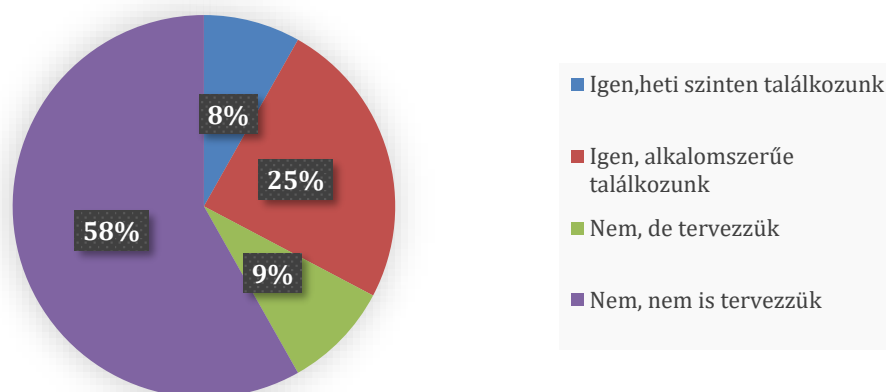


28. ábra: Van olyan barátod, akivel csak játékon belül tartod a kapcsolatot?

Forrás: saját szerkesztés

A következő kérdésekre kapott válaszok tovább erősítik azt, hogy megkérdőjelezhetetlen a kapcsolatteremtő hatása, ugyanis a megkérdezettek 73%-a való életben is tartja a kapcsolatot a megismert barátaikkal.

Találkoztál-e már személyesen a játékban megismert barátoddal?



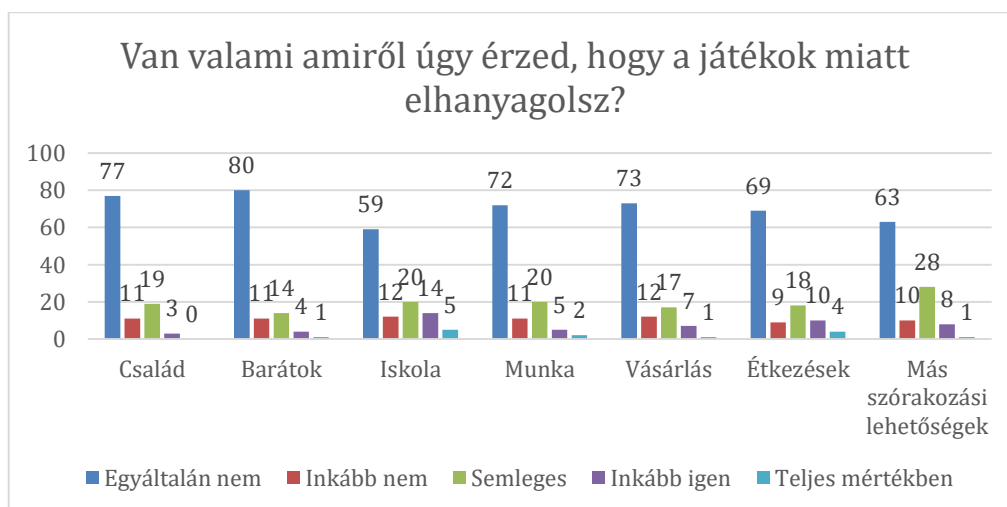
29. ábra: Találkoztál már játékban megismert barátoddal?

Forrás: saját szerkesztés

A személyes találkozókig viszont az előző ábrán látható kapcsolattartók 73 százalékából csupán 33% jut el, ugyanis a kitöltők 33%-a találkozott már vagy találkozik azóta is heti szinten a játékban megismert barátaival.

A mai modern világban a más személyekkel való ismerkedés egy komoly problémát okoz az emberek nagy részét annyira befolyásolja a média és az internet világa, hogy sokszor megfélelkeznek a más emberekkel való kapcsolatteremtésről, aminek a kérdésben az online játékok nagy segítséget nyújtanak ugyanis az adatokból is kimutatható, hogy nagyon jó kapcsolatteremtő ereje van.

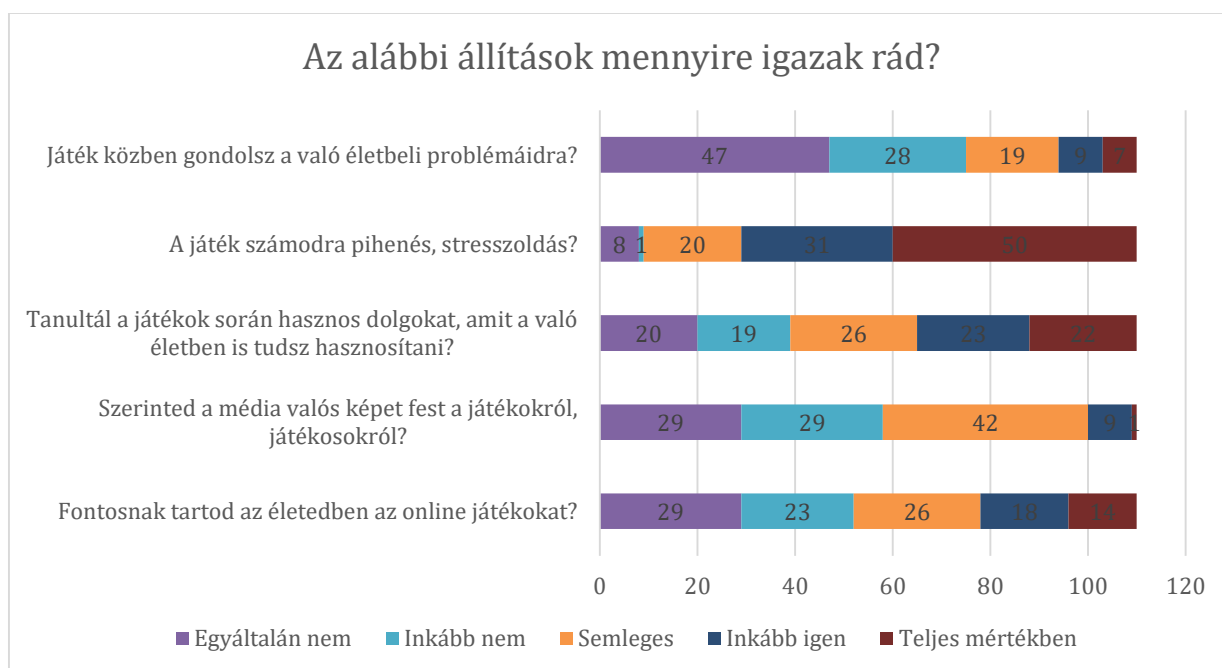
A következő kérdésben a kitöltőknek kellett eldönteniük azt, hogy a felsorolt területeket mennyire hanyagolják el a játékok miatt.



30. ábra: Van olyan dolog, amit a játékok miatt elhanyagolsz?

Forrás: saját szerkesztés

A válaszokból egy meglepő eredmény született ugyanis a terület, amit a játékosok a legjobban elhanyagolnak az az iskola. Mivel a kitöltők nagy része a 15-25 év közötti korosztályba tartozik, így ez egy komoly probléma a fiatalok számára, mivel az iskola elhanyagolása hátrányokhoz vezethet a későbbi életszakaszukra nézve is. A legkevésbé elhanyagolt területek az a barátok, illetve a család volt, ami viszont egy pozitív eredmény, ugyanis az emberek életében az én véleményem szerint ezek a legmeghatározóbb területek. A következő részben a kitöltők egy kérdéssorozatot kaptak, ahol nekik kellett eldönteniük azt, hogy az alábbi kérdések mennyire igazak rájuk nézve.



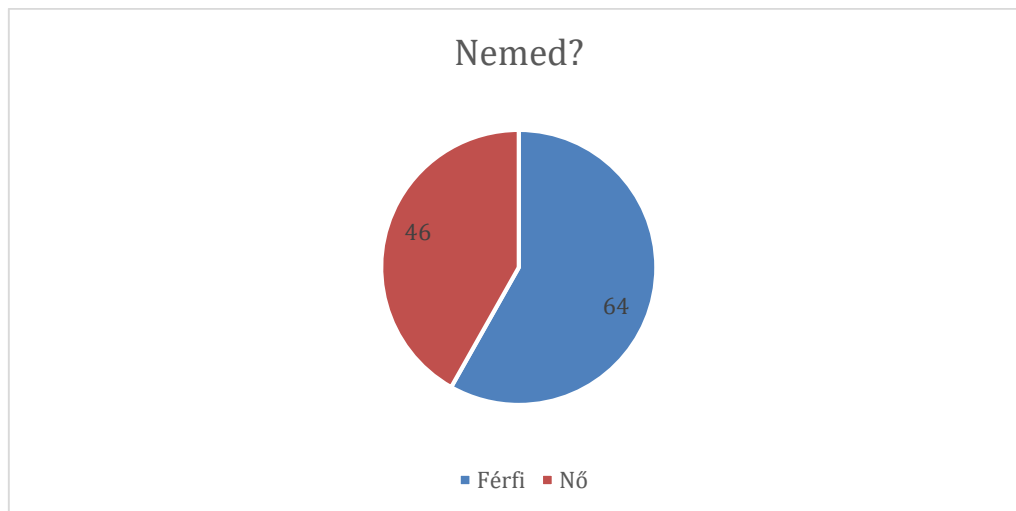
31. ábra: Mennyire igazak rád az alábbi állítások?

Forrás: saját szerkesztés

A válaszok alapján a játék a kitöltők számára stresszoldás, kikapcsolódás ugyanis játék közben nem gondolkodnak a hétköznapi problémáikon, így pozitív hatással van az életükre. A játékok során a kitöltők egyik része tanult hasznos dolgokat a másik része pedig nem, így arányaiban nézve egy semleges válasz született. Véleményem szerint ez attól függhet, hogy az adott játékos hajlandó-e a fejlődés érdekében további tartalmakat fogyasztani a játékkal kapcsolatban, ezáltal fejleszteni az idegen nyelvi tudását is vagy pedig csak átlag felhasználóként kikapcsolódásként kezeli a játékokat. A válaszadók szerint a média egyáltalán nem fest valós képet a játékosokról, illetve a videójátékokról. Az utolsó kérdésem pedig az volt, hogy mennyire tartják fontosnak a videójátékokat, ahol a válaszadók többségben vagy nem tartják fontosnak vagy pedig semleges választ adtak.

Primer kutatás eredményei

A demográfiai megoszlást az alábbi ábrák mutatják be.



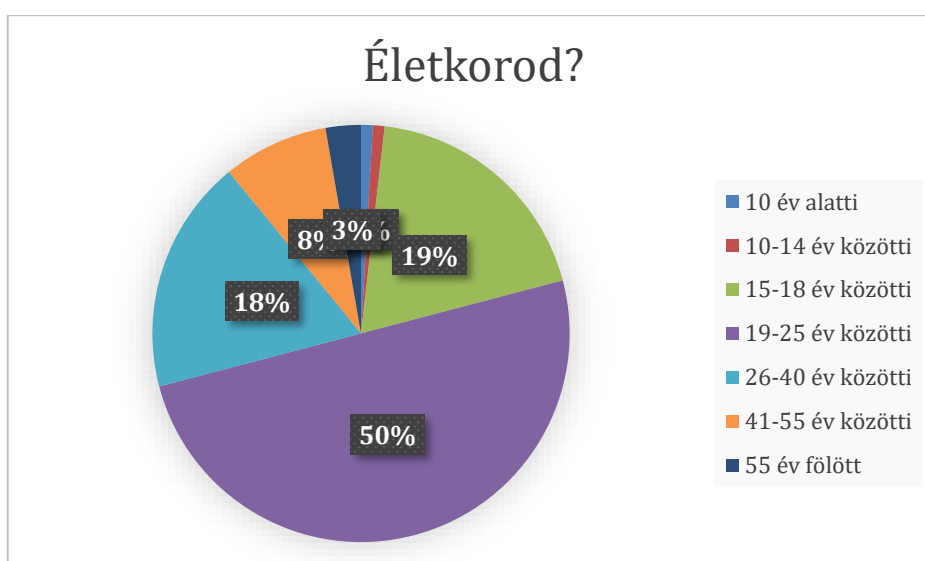
32. ábra: A kitöltők nemek szerinti megoszlása (fő)

Forrás: saját szerkesztés

Első kérdésem a nemek eloszlására vonatkozott, amiben eredményül kaptam, hogy a kitöltők 58%-a férfi a maradék 42% pedig nő.

Ezeket az adatokat tovább elemeztem, megvizsgáltam, hogy hány fő az, akik egyáltalán nem játszanak videójátékokkal. Eredményül azt kaptam, hogy 4 férfi, illetve 12 nő volt, akik egyáltalán nem játszanak így az aktív videójáték közösség 60 fő férfi és 34 fő nő lett. Ezekből az adatokból tudtam igazolni az első előzetes hipotézisem, miszerint a videójáték fogyasztók száma a nemek tekintetében a férfiak arányába tolódik el.

A következő kérdésem a kitöltők életkorára irányult.

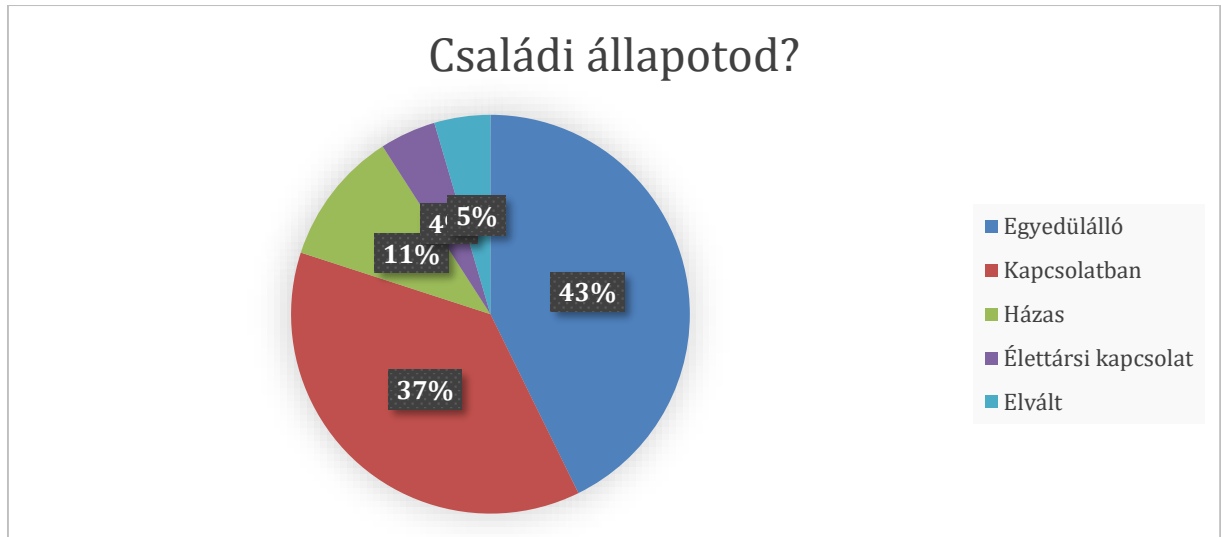


33. ábra: A kitöltők életkorának megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

Második kérdésként akárcsak a nemeket hasonló módszerrel megvizsgáltam a korosztályt is. A válaszadók korosztálya szerinti megoszlását vizsgálva kimutathatjuk, hogy a kitöltők közel 69%-a Z generációhoz tartozik: 50% a 19-25 év közöttiek aránya, még 19% a 15-18 év közötti réteg.

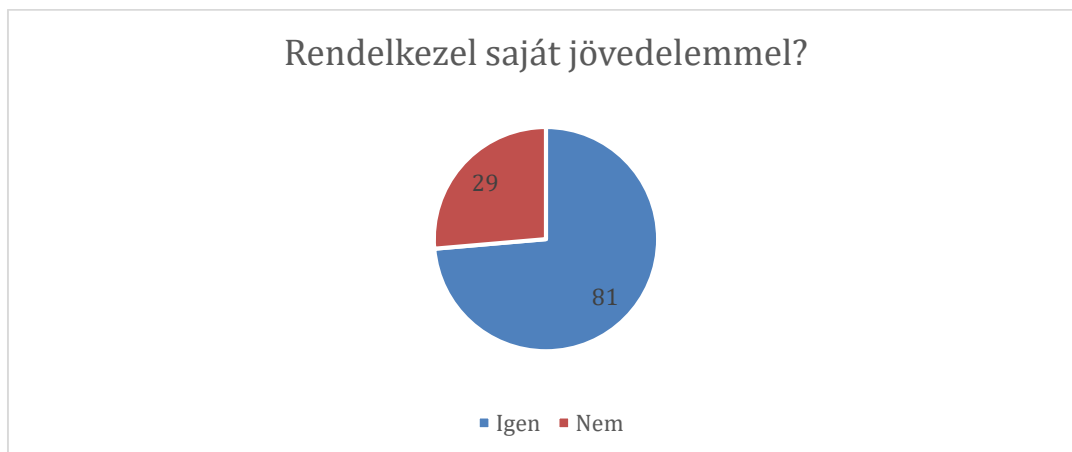
A harmadik primer kutatási kérdésem a családi állapotukra vonatkozott.



34. ábra: A kitöltők családi állapotának megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók legnagyobb része egyedülálló, vagy pedig kapcsolatban van. Kimutatható, hogy a megkérdezettek közül nagyon kicsi arányban találhatók olyanok, akik komolyabban elköteleződtek már életük során, vagy pedig jelenleg is házasságban élnek valakivel. Véleményem szerint ez a kitöltők korosztálya miatt lehet mivel nagy részben fiatalok voltak.



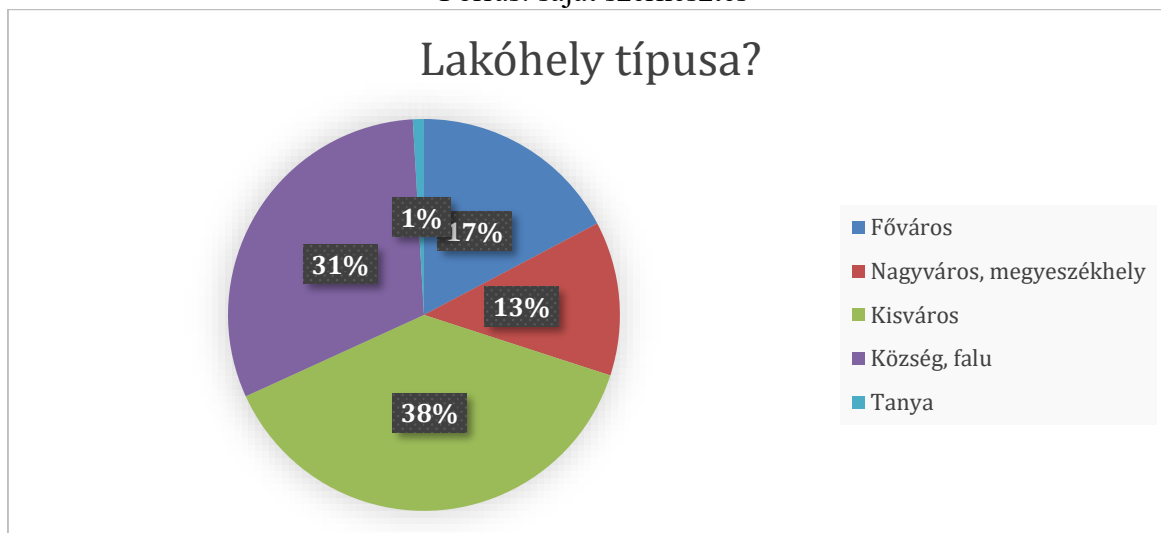
35. ábra: A kitöltők jövedelem forrásainak megoszlása

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók jelentős része rendelkezik saját jövedelemforrásokkal. Ehhez az adathoz képest a legnagyobb részük nem költ vagy pedig csak kis mértékben a havi bevételük 0-5%-t költi el online játékokra, vagy ahhoz kapcsolódó kiegészítőkre.

36. ábra: Saját jövedelemmel rendelkező és nem rendelkező kitöltők aránya

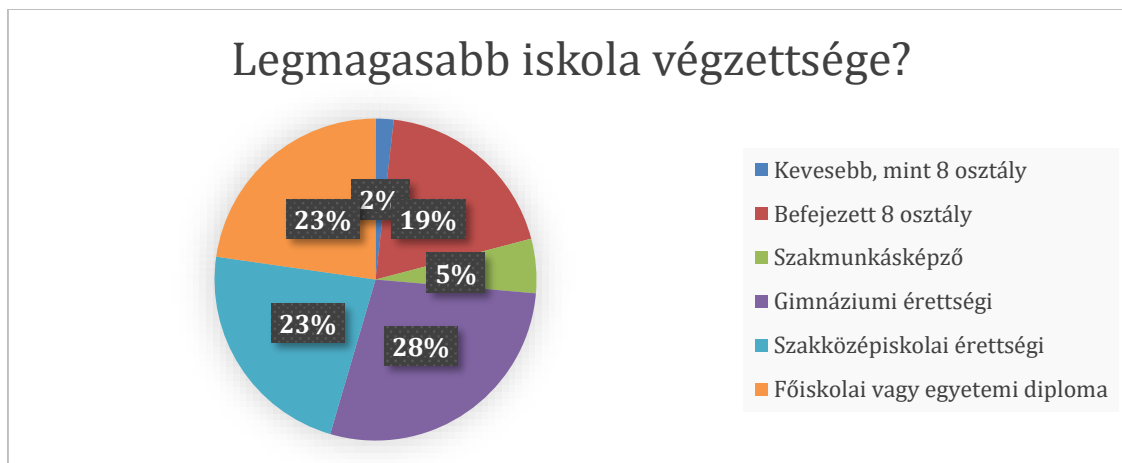
Forrás: saját szerkesztés



37. ábra: A kitöltők lakóhelyének a típusa

Forrás: saját szerkesztés

A következő kérdésben megvizsgáltam alapadatként a kitöltők lakhelyét, amelynél a válaszadók adataiból látható, hogy a lakóhely szerinti megoszlás változatos, a legnépszerűbb a kisváros volt.



38. ábra: A kitöltők legmagasabb iskolai végzettsége

Forrás: saját szerkesztés

Utolsó kérdésben megvizsgáltam a legmagasabb iskolai végzettség megoszlását. Eredményül a legnépszerűbb válasz a gimnáziumi érettségi volt 28%-al, majd azt követték a főiskolai vagy egyetemi diploma és a szakközépiskolai érettségi. Ebből következtethető, hogy a kitöltők nagy része magasabb szintű végzettséggel rendelkezik.

10. Következtetések és javaslatok

A következőkben a kiértékelt felméréséből kiindulva az alábbi következtetések vonhatóak le. Az online játékok használata mellett, hogy remek kikapcsolódási alternatíva, számos pozitív hatása lehet a fiatalok későbbi életszakaszára nézve.

Elsősorban kiemelhető az idegen nyelv elsajátítására gyakorolt hatása. Az emberek nagy része az idegen nyelvű lexikális tudását szótárakból, könyvek felett próbálja megtanulni, pedig rengeteg módszer létezik nyelvtanulásra. Például ilyenek az idegen nyelvű sorozatok, filmek nézése, podcastek hallgatása és a dolgozatok témája, az online játékok is. Abban az esetben, hogyha a nyelvtanulásra, mint egy szórakoztató feladat gondolunk akkor az agyunk audódikta módon tanulja meg az idegen nyelvű szavakat. Véleményem szerint az idegen nyelv ismerete és folyamatos fejlesztése a mai világban elengedhetetlen. A megszerzett tudás további előnyökhöz vezethet ugyanis azon egyéneknek, akik magabiztosan beszélnek a nyelvet jóval több lehetőség nyílik meg a munkarőpiacon, amely akár magasabb jövedelemforrást is eredményezhet.

Az online játékok következő említésre méltó pozitív hatása a kapcsolatteremtő ereje. Úgy gondolom, hogy a mai világban az egyik legfontosabb dolog az ember kapcsolati háttere.

A játékok során lehetőség adódik barátok megszerzésére a világ bármely pontjáról, akikre a későbbiekben számítani lehet.

A válaszokból továbbá az is kiderült, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben a kitöltők nagy része inkább próbál ingyenes játékokkal játszani és minimális kiadást fordítani a további játékkal kapcsolatos kiegészítőkre. Ebből arra tudok következtetni, hogy a válaszadóknak elegendő kiadást jelent az adott platform például az Xbox, Playstation esetleg egy mai játékok futtatására alkalmas számítógép megvásárlása, ezáltal a további költségeket minél jobban próbálják leredukálni.

A videójáték fogyasztók legnépszerűbb játékokra használt platformja a mobiltelefon lett, amely nem meglepő, hiszen ma már mindenki rendelkezik okostelefonnal. Ez az eredmény abból következtethető ki, hogy mobiltelefonnal a nap bármely szakaszában és bárhol lehetőségünk van játszani. A játékfejlesztők továbbá nagy jelentőséget fektettek arra, hogy egyszerű applikációkat fejlesszenek, amiben a fiataloktól az idősekig bármely korosztály könnyen el tud igazodni és ki tud kapcsolódni.

A koronavírus járvány alatti időszakban világszintű karantén alakult ki, amelynek következtében az embereknek muszáj volt otthon maradniuk és elütni valamivel a szabadidejüket. Erre a célra a videójátékok tűntek az egyik legalkalmasabb opciónak, ugyanis jelentős mértékben megnőtt a videójáték fogyasztóknak a száma az adott időszakban. A kormány „Maradj otthon” kampányának következtében az embereknek nem volt lehetőségük egymással találkozni még egy sarki kávézóban sem, így mentsvárként az online tér jelentett megoldást. A játékkal eltöltött idő alatt a fogyasztók nem gondoltak a világ illetve a saját hétköznapi problémáikra, így egy kiváló kikapcsolódási alternatívát jelentett számukra.

A fentebb felsorolt előnyökön kívül azonban számos negatív hatása is van a túlzott játékfogyasztásnak. A fiatalok amennyiben túlzásba viszik a videójáték fogyasztást akkor kialakulhat alvászavar, illetve álmatlanság. Az alvás szerepe elengedhetetlen a fiatalok számára ugyanis szervezetükben ilyenkor zajlanak le a fejlődési folyamatok. A számítógéphasználat túlzásba vitele összeköthető a fiatalkori elhízással is. Amennyiben túl sok időt töltünk a számítógép előtt, így mozgásszegény életmódot folytatunk, mindemelett nem végzünk szabadidős tevékenységeket, hanem az online térben töltjük el a napjainkat akkor jelentős mértékben megnő a fiatalkori elhízás kockázata. Az elhízásnak számos negatív hatása van például érrendszeri megbetegedések, magas vérnyomás, magas pulzus illetve hosszútávon számos más egészségkárosító hatása is kimutatható. Számítógép vagy egyéb játékkonzol használata során a szemünk folyamatosan a kijelzőre fókuszál, ami látáskárosodáshoz vezethet.

A videójátékok gazdasági ökoszisztémájának egyik legmeghatározóbb alapítóköve az esport. Sajnos a magyar kultúra távol áll még az e-sport világtól, amit a magyarok hozzáállásában, illetve a társadalmi megítélésben lehet a legjobban észrevenni. Távol keleti kultúrákban az esport szereplők hasonlóan vannak társadalmilag megítélve mint nálunk a sztárok, celebek. Fotózzák őket az utcákon, autogrammokat kérnek tőlük illetve rengetegen követik őket a közösségi médiában. Magyarországon a társadalmi megítélés teljesen más, itthon az idősebb korosztály a játékokra inkább időpocsékolásként és gyerekes, komolytalan szabadidős tevékenységként gondol, aminek következtében nem tudják meglátni az esport mögött rejlő igazi potenciált.

Az általam kapott válaszok nem tekinthetők reprezentatív eredménynek, mivel összesen csupán 110 ember volt, aki kitöltötte, így ez a kisszámú minta nem fedi le a teljes közösséget.

11. Összefoglalás

A videójátékok fejlődését mindig is az innováció jellemezte, amely az utóbbi időben egyre erősebb tendenciát mutatott. Csupán néhány évtized leforgása alatt az online játékok népszerűsége olyannyira felrobbant, hogy napjainkban a szórakoztatóipar egyik legidőigényesebb és legnagyobb profitot generáló szegmensévé vált. A mai világban felnövekedett generációk mindennapjainak szerves részévé váltak a számítógépes játékok és az internet, amit az egyre rohamosabban fejlődő vállalatok is észrevettek.

Szakdolgozatomban szeretném megvizsgálni az online játékok szerepét a fiatalok életében, illetve a gazdaságra gyakorolt hatását. Továbbá célom volt felmérni, hogy a koronavírus okozta korlátozások, hogyan érintették az online játék piacot, milyen pénzügyi hatásai voltak, illetve miként befolyásolta a fogyasztói magatartást.

A téma felvezetéseként bemutatom a videójátékok fogalmát és típusait, majd ismertetem a történelmét egészen az 1950-es évektől a mai modern játékokig. Ezt követően kitértem az iparág szereplőire, ugyanis a szegmens megértéséhez elengedhetetlen az iparág szereplőinek alapos ismerete. Mindemellett egy kis betekintést nyújtottam abba is, hogy mi várható a jövőben, a technológia rohamos fejlődésének köszönhetően. A témakör összetettsége megkérdőjelezhetetlen, ugyanis egy olyan sokszínű iparágat vizsgálunk, amelynek rengeteg összetevője, továbbá piaci szereplője van.

A következőkben kitértem az online játékok gazdasági szerepére és elkezdtem bemutatni magát a játékpiacon, illetve annak bevételi forrásait. A gazdasági hatásokat egyik legjobban befolyásoló tényező az esport, amit igyekeztem minél részletesebben bemutatni hazai, illetve világszinten is. Ezt követően rátértem az ökoszisztémára, hogy gazdaságilag pontosan mi is működteti ezt a bonyolult iparágat.

Vizsgálati módszerként egy kérdőívet készítettem, amely során a fentebb említett célokra kerestem a választ. Mint az kiderült, a megkérdezettek majdnem kétharmada játszik online játékokkal, amelyeknek használatára a legnépszerűbb eszközök a mobiltelefonok, illetve tabletek voltak.

A koronavírus járvány okozta megszorítások alatt a felhasználók száma ugrásszerűen megnövekedett, hasonlóan az iparág bevételeihez. Ez a megállapítás a felmérésem során is beigazolódott, ugyanis a megkérdezettek jelentős része lényegesen többet játszott a karantén során, mint korábban bármikor. Ez azonban nem elhanyagolható tény, ugyanis világszerte a legtöbb ágazatot és vállalkozást szinte térdre kényszerítette ezen időszak.

Felmérésem során kiderült továbbá, hogy az online térben való eltöltött időnek számos előnye létezik. Fő pozitívuma a nyelvismeret fejlesztése, hiszen a játékosok autodidakta módon, szinte tudat alatt sajátítják el az idegen kifejezéseket. Mindeközben az eltérő nyelven beszélő játékosokkal való kommunikáció pedig folyamatos nyelvhasználatra ösztönzi őket, így javítja a szókinccset.

Említésre méltó emellett a játékok közösségépítő szerepe, hiszen a legnépszerűbb játékok zöme lehetőséget biztosít a kapcsolatteremtésre. Mint utóbb kiderült, a válaszadók többségének vannak olyan barátaik, akiket a játékokon keresztül ismertek meg.

Azonban az éremnek két oldala van. A dolgozatom közepe táján szó esett a játékok túlzott használatának élettani hatásairól is. Sajnálatos módon a fiatalok számottevő részénél alakulhat ki alvászavar, illetve álmatlanság. A folyamatos ülés, valamint a mozgásszegény életmód jelentős mértékben hozzájárul a fiatalok elhízásához, amely később aztán súlyos következményekkel járhat. Ugyanakkor a látáskárosulás kockázata is növekszik a számítógépek és telefonok kijelzőjét hosszú órákon át bámulva.

Felmérésemben ezen élettani hatásokról bár nem esett szó, kíváncsi voltam elhanyagolják-e a játékok miatt a családot, iskolát, barátokat és egyebeket. A válaszokból egy meglepő eredmény született ugyanis a terület, amit a játékosok a leginkább elhanyagolnak az az iskola. Mivel a kitöltők nagy része a 15-25 év közötti korosztályba tartozik, ez egy komoly problémát jelenthet a fiatalok számára, ugyanis az iskola elhanyagolása hátrányokhoz vezethet a későbbi életszakaszukra nézve.

A kutatásom végéhez érve tehát elmondható, hogy az online játékok gazdaságra gyakorolt hatása nagyrészt pozitív, azonban a fiatalok életére vegyesen hatnak. Ugyanis azon túl, hogy egy remek kikapcsolódási opció, túlzott használata számos veszélyt tartogathat. Véleményem szerint ez attól is függhet, hogy az adott játékos fejlődni akar-e, hajlandó-e további tartalmakat fogyasztani a játékkal kapcsolatban, ezáltal fejleszteni magát vagy pedig csak átlag felhasználóként kezeli a játékokat.

12. Irodalomjegyzék

1. Adams, E. (2013). Fundamentals of Game Design. San Francisco, CA, USA.
Letöltés dátuma : 2022.08.18.
2. Clement, J. (2020). Increase in time spent video gaming during the COVID-19 pandemic worldwide. Forrás: <https://www.statista.com/statistics/1188545/gaming-time-spent-covid/>
Letöltés dátuma : 2022.08.18.
3. Enet. (2017). Magyarország 3,7 millió játékos hazája. Forrás: <https://enet.hu/magyarorszag-37-millio-jatekos-hazaja/>
Letöltés dátuma : 2022.08.19.
4. Hamvai, F. (2018). A videójátékok története. Forrás: Videójátékok I. – Olvasópont (mzsk.hu)
Letöltés dátuma : 2022.09.13.
5. Lissak, G. (2018.). *Adverse physiological and psychological effects of screen time on children and adolescents: Literature review and case study. Environmental Research* 164:149- 157. Environmental Research.
Letöltés dátuma : 2022.09.14
6. Newzoo. (2022). Global Esports & Live Streaming Market Report.
https://resources.newzoo.com/hubfs/Reports/Esports/2022_Newzoo_Free_Global_Esports_Live_Streaming_Market_Report.pdf?utm_medium=email&_hsmi=212483853&_hsenc=p2ANqtz-8eMTWosG36WhvqB066RZHaH0FLnhkD_NdSXp-01ggynmjEjUuj5OHnMx6HAkk2b5VNkVNkh3QnkeGR-pS2Yd8M9vcfZw&utm_content=212483853&utm_source=hs_automation
Letöltés dátuma : 2022.09.18.
7. Pavlovic, D. (2020). Video Game Genres: Everything You Need to Know. Nyugat-Virginia. Forrás: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>
Letöltés dátuma : 2022.10.06.
8. Portfólió. (2019). Mekkora üzlet valójában az esport? Forrás: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20191027/mekkora-uzlet-valojaban-az-esport-405015>
Letöltés dátuma : 2022.06.27.

9. pwc.hu. (2022). Az e-sport nem játék üzleti elemzés Magyarország és a V4-ek e-sport-piacáról. Forrás:
<https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/esport.pdf>
Letöltés dátuma : 2022.09.18.
10. Riot Games, L. (2022). Rangsorolt osztályok, divíziók és várólisták. Forrás:
<https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/hu/articles/4406004330643-Rangsorolt-oszt%C3%A1lyok-div%C3%ADzi%C3%B3k-%C3%A9s-v%C3%A1r%C3%B3list%C3%A1k>
Letöltés dátuma : 2022.10.01.
11. Riot Games, S. S. (2022). League of Legends játékosok jelentésével kapcsolatos útmutató és gyakori kérdések. Forrás: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/hu/articles/201752884-A-j%C3%A1t%C3%A9kosok-jelent%C3%A9s%C3%A9vel-kapcsolatos-%C3%BAtmutat%C3%B3-%C3%A9s-gyakori-k%C3%A9rd%C3%A9sek>
Letöltés dátuma : 2022.10.01.
12. Statista. (2022). eSports market revenue worldwide from 2020 to 2025. Forrás:
<https://www.statista.com/statistics/490522/global-esports-market-revenue/>
Letöltés dátuma : 2022.09.01.
13. Statista, C. J. (2021). COVID-19 impact on the gaming industry worldwide. Forrás:
https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-on-the-gaming-industry-worldwide/#dossierContents__outerWrapper
Letöltés dátuma : 2022.09.01.
14. Vass, D. (2022). Enet videójáték és E-Sport kutatás . Budapest. Forrás:
<https://enet.hu/enet-videojatek-es-e-sport-kutatas-2022/>
Letöltés dátuma : 2022.09.12.
15. Bankhurst, A. (2022. 7 31). Spacewar!, the First Known Video Game Ever Made, Is Now Playable on Analogue Pocket. Forrás: <https://www.ign.com/articles/spacewar-the-first-known-video-game-ever-made-is-now-playable-on-analogue-pocket>
Letöltés dátuma : 2022.09.16.
16. Christina Gough, S. (2022. 4 13). Value of the eSports market worldwide from 2018 to 2025. Forrás: <https://www.statista.com/statistics/1129596/esports-revenue/>
Letöltés dátuma : 2022.09.21.

17. Laserface. (2022). League of Legends Support. Forrás: <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/hu/articles/4406004330643-Rangsorolt-oszt%C3%A1lyok-div%C3%ADzi%C3%B3k-%C3%A9s-v%C3%A1r%C3%B3list%C3%A1k>
Letöltés dátuma : 2022.08.18.
18. Portfólió. (2020. 7 19). Így emelkedett fel a világ egyik leggyorsabban fejlődő ágazata. Forrás: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20200719/igy-emelkedett-fel-a-vilag-egyik-leggyorsabban-fejlodo-agazata-441628>
Letöltés dátuma : 2022.09.13.
19. Portfólió. (2022. 5 6). A koronavírus-karantén nagy nyertesei: a videójáték-készítők. Forrás: <https://www.portfolio.hu/uzlet/20200506/a-koronavirus-karanten-nagy-nyertesei-a-videojatek-keszitok-430192>
Letöltés dátuma : 2022.09.19.
20. Statista. (2022. 03 7). League of Legends (LoL) revenue worldwide from 2015 to 2020. Statista. Forrás: <https://www.statista.com/statistics/806975/lol-revenue/>
Letöltés dátuma : 2022.10.21.
21. Surrenderat20. (2022). Forrás: <https://www.surrenderat20.net/p/summoners-rift-update-preview.html>
Letöltés dátuma : 2022.10.01.
22. Portfólió.(2020.08.05). Duplázódó bevételek, egekbe szökkenő profit, itt vannak a válság igazi nyertesei
Letöltés dátuma : 2022.10.25.
23. <https://www.portfolio.hu/uzlet/20200805/duplazodo-bevetelek-egyekbe-szokkeno-profit-itt-vannak-a-valsag-igazi-nyertesei-443688>
Letöltés dátuma : 2022.10.25.
24. Zita Komár. (2017.08.09). Generációelméletek. Forrás: <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-koznevelis/generacioelmeletek>
Letöltés dátuma: 2022.11.01.

13. Ábrajegyzék

1. ábra: A játék piac generálta bevétel megoszlása régióként 2019-ben.	11
2. ábra: A játék szektor globális árbevételének alakulása 2018-2022	12
3. ábra: Az e-sport bevételének alakulása és megoszlása.....	14
4. ábra: Az esport bevételek 2018-2015 között világszinten.....	15
5. ábra: A piac szereplői, pénzáramok.....	17
6. ábra: Az esport bevételei világszinten	18
7. ábra: Az esport bevételei világszinten	19
8. ábra: A leggyakrabban játszott videójátékok népszerűségi sorrend szerint	20
9. ábra: Summoner Rift térképe.....	22
10. ábra: League of Legends osztályai	23
11. ábra: Játékosok osztályok szerinti megoszlása.....	23
12. ábra: A League of Legends bevételei világszinten 2015-2020.....	24
13. ábra: A videójátékokkal eltöltött idő növekedése világszinten a koronavírus járvány alatti időszakba	26
14. ábra: Az Activision Blizzard árfolyamának változása 2020-ban	27
15. ábra: Az Electroni Arts árfolyamának változása 2020-ban	28
16. ábra: Az online játékkal való játék gyakorisága.....	31
17. ábra: Eszközök használatának gyakorisága.....	32
18. ábra: Online játékkal eltöltött idő mennyisége	32
19. ábra: A koronavírus hatása a videójátékkal kapcsolatos szokásokra	33
20. ábra: Videójátékok stílus szerinti megoszlása.....	34
21. ábra: A legnépszerűbb játékok a kitöltők körében	34
22. ábra: Mikortól játszanak a kitöltők online játékokkal	35
23. ábra: Online játékok hatása az idegen nyelv elsajátítására.....	35
24. ábra: Online játékvásárlási szokások.....	36
25. ábra: Online játékban történő kiegészítő vásárlási szokások	37
26. ábra: Online játékokra való költség a havi bevételek viszonylatában	37
27. ábra: Van olyan barátod, akit a játékok miatt ismertél meg?	38
28. ábra: Van olyan barátod, akivel csak játékokon belül tartod a kapcsolatot?	38
29. ábra: Találkoztál már játékokban megismert barátoddal?	39
30. ábra: Van olyan dolog, amit a játékok miatt elhanyagolsz?	39

31. ábra: Mennyire igazak rád az alábbi állítások?	40
32. ábra: A kitöltők nemek szerinti megoszlása (fő)	41
33. ábra: <i>A kitöltők életkorának megoszlása</i>	41
34. ábra: A kitöltők családi állapotának megoszlása	42
35. ábra: A kitöltők jövedelem forrásainak megoszlása.....	42
36. ábra: Saját jövedelemmel rendelkező és nem rendelkező kitöltők aránya	43
37. ábra: A kitöltők lakóhelyének a típusa	43
38. ábra: A kitöltők legmagasabb iskolai végzettsége.....	43

14. Nyilatkozatok

Konzultációs nyilatkozat

Hallgató neve: Nagy Dániel
Szak, szakirány: Gazdaságinformatikus BA nappali tagozat
Konzulens tanár neve: Buday Gergely

Az első személyes konzultáció

Időpont: 2022. szeptember 8.

Téma: A dolgozat szerkezete

A konzulens tanár aláírása:

Buday Gergely

A második személyes konzultáció

Időpont: 2022. szeptember 29.

Téma: A kérdőív megbeszélése

A konzulens tanár aláírása:

Buday Gergely

A harmadik személyes konzultáció

Időpont: 2022. október 20.

Téma: A kérdőívre kapott válaszok kiértékelése

A konzulens tanár aláírása:

Buday Gergely

A nyilatkozatot a szakdolgozathoz/diplomadolgozathoz kötelezően csatolni kell!

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Horváth Dániel
A Hallgató Neptun kódja: 1A309D
A dolgozat címe: Az online feladatok gazdasági szerepe és hatása a felsőoktatásban
A megjelenés éve: 2022
A konzulens tanszék neve: Humán és társadalmi tudományok

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítást teszek, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: 2022 év 10 hó 27 nap

Horváth Dániel
Hallgató aláírása

15. Mellékletek

Kérdőív online játékokkal kapcsolatban

Tisztelt Válaszadó!

Nagy Dániel vagyok, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem - MATE gazdaságinformatika szakos hallgatója. Szakdolgozatom elkészítéséhez végzek felmérést, hogy jobb betekintést nyerhessek az emberek online játék fogyasztásával kapcsolatban. A kérdőív kitöltése anonim módon zajlik. Az adatokat csak összesítve elemzem és mutatom be szakdolgozatomban, úgy, hogy az egyéni információk sehol sem azonosíthatóak. Köszönöm a kitöltést, ezzel hozzájárulva a kutatásom eredményességéhez!

*Kötelező

1. Milyen gyakran játszom online játékokkal? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Naponta
☐ 2-3 naponta
☐ Hetente
☐ Havonta
☐ Évente pár alkalommal
☐ Egyáltalán nem játszok

2. Milyen gyakran használod játékra az alábbi eszközöket? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	Nagyon gyakran	Gyakran	Ritkán	Nagyon Ritkán	Egyáltalán nem használom
Asztali PC / Laptop	☐	☐	☐	☐	☐
Mobiltelefon / Tablet	☐	☐	☐	☐	☐
Xbox / Playstation	☐	☐	☐	☐	☐
Nintendo	☐	☐	☐	☐	☐

3. Átlagosan mennyi időt játszol az alábbi eszközökön? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

	Kevesebb, mint heti 1 óra	Heti 2-3 óra	Heti 5-6 óra	Napi 1-2 óra	Napi 3-4 óra	Napi több mint 4 óra	Egyáltalán nem használom
Asztali PC / Laptop	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mobiltelefon / Tablet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Xbox / Playstation	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Nintendo	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. A Covid-19 milyen hatással volt a videójátékokkal kapcsolatos szokásaidra? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ A covid időszak alatt lényegesen többet játszottam online játékokkal, mint korábban
☐ Ugyanannyit játszottam, mint korábban
☐ Lényegesen kevesebbet játszottam online játékokkal
☐ A covid alatt egyáltalán nem játszottam videójátékokkal

5. Milyen stílusú játékokkal játszol? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Akció
- ☐ Fantasy
- ☐ Sport
- ☐ Stratégiai
- ☐ Szerepjáték
- ☐ Nem játszom
- ☐ Egyéb

6. Milyen online játékokkal játszol rendszeresen?

7. Mióta játszol online játékokkal? *

Soranként csak egy oválit jelöljön be.

- ☐ Kevesebb mint egy hónapja
- ☐ Kevesebb mint fél éve
- ☐ Több mint fél éve
- ☐ Több mint 1 éve
- ☐ Több mint 2 éve
- ☐ Több mint 4 éve
- ☐ Egyáltalán nem játszom

8. Számodra az online játékok jó hatással voltak egy idegen nyelv elsajátítására? *

Soranként csak egy oválit jelöljön be.

	1	2	3	4	5
Egyáltalán nem volt jó hatással	☐	☐	☐	☐	☐
Nagyon jó hatással volt					

9. Milyen gyakran vásárolsz játékokat, vagy ahhoz kapcsolódó kiegészítőket? *

Soranként csak egy oválit jelöljön be.

- ☐ Alkalmszerűen, évente néhány alkalommal
- ☐ Havi pár alkalommal
- ☐ Nem szoktam játékokat, kiegészítőket vásárolni csak ingyenes játékokat használok

10. Amennyiben szoktál kiegészítőket vásárolni miket szoktál? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Nem szoktam vásárolni kiegészítőket
- ☐ Letölthető kiegészítőket (DLC)
- ☐ Játékon belüli havi díj, előfizetés ellenében kiváltható kiegészítők
- ☐ Prémium, mások számára nem elérhető tárgyakat
- ☐ Játékon belüli előnyöket más játékosokkal szemben
- ☐ Előnyt nem adó kiegészítőket, például dizájn elemeket

11. A havi bevételek hány százalékát költöd online játékokra, vagy ahhoz kapcsolódó kiegészítőkre? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ 0-5%
☐ 5-10%
☐ 10-15%
☐ 15-20%
☐ 20% vagy annál is több
☐ Egyáltalán nem költök

12. Van olyan barátod, akit a játékok miatt ismertél meg? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Igen több mint 5
☐ Igen, de kevesebb mint 5 ember
☐ Nincs

13. Van olyan barátod, akivel kizárólag játékon belül tartjátok a kapcsolatot? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Igen
☐ Nem

14. Találkoztál-e már személyesen a játékban megismert barátoddal? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Igen, heti szinten találkozunk
☐ Igen, alkalmi szinten találkozunk
☐ Nem, de tervezzük
☐ Nem, nem is tervezzük

15. Van valami amiről úgy érzed, hogy a játékok miatt elhanyagolsz? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

	Egyáltalán nem	Inkább nem	Semleges	Inkább igen	Teljes mértékben
Család	☐	☐	☐	☐	☐
Barátok	☐	☐	☐	☐	☐
Iskola	☐	☐	☐	☐	☐
Munka	☐	☐	☐	☐	☐
Vásárlás	☐	☐	☐	☐	☐
Étkezések	☐	☐	☐	☐	☐
Más szórakozási lehetőségek	☐	☐	☐	☐	☐

16. Fontosnak tartod az életedben az online játékokat? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem	☐	☐	☐	☐	☐	Teljes mértékben

17. Szerinted a média valós képet fest a játékokról, játékosokról? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem	☐	☐	☐	☐	☐	Teljes mértékben

18. Tanultál a játékok során hasznos dolgokat, amit a való életben is tudsz hasznosítani? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem	☐	☐	☐	☐	☐	Teljes mértékben

19. A játék számodra pihenés, stresszoldás? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem	☐	☐	☐	☐	☐	Teljes mértékben

20. Játék közben gondolsz a való életbeli problémáidra? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

	1	2	3	4	5	
Egyáltalán nem	☐	☐	☐	☐	☐	Teljes mértékben

21. Nemed? *

Soranként csak egy ovállist jelöljön be.

☐ Férfi
☐ Nő

22. Életkorod? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ 10 év alatti
- ☐ 10-14 év között
- ☐ 15-18 év között
- ☐ 19-25 év között
- ☐ 26-40 év között
- ☐ 41-55 év között
- ☐ 55 év fölött

23. Családi állapotod? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Egyedülálló
- ☐ Kapcsolatban
- ☐ Házas
- ☐ Élettársi kapcsolat
- ☐ Elvált

24. Rendelkezel saját jövedelemmel? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Igen
- ☐ Nem

25. Lakóhely típusa? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Főváros
- ☐ Nagyváros, megyeszékhely
- ☐ Kisváros
- ☐ Község, falu
- ☐ Tanya

26. Legmagasabb iskola végzettsége? *

Soranként csak egy oválást jelöljön be.

- ☐ Kevesebb, mint 8 osztály
- ☐ Befejezett 8 osztály
- ☐ Szakmunkásképző
- ☐ Gimnáziumi érettségi
- ☐ Szakközépiskolai érettségi
- ☐ Főiskolai vagy egyetemi diploma