

SZAKDOLGOZAT

Nagy Angéla Tímea

2023



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

**Kereskedelem és marketing alapképzési
marketingkommunikáció szakirány**

levelező szak

Az influenzszerek befolyásoló hatása a fogyasztói magatartásra a társasjátékok piacán

Belső konzulens: Szabóné dr. Benedek Andrea
egyetemi docens

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Agrár- és Élelmiszergazdasági
Intézet/Agrárlogisztika,
Kereskedelem és Marketing
Tanszék

Külső konzulens: Név
beosztás

Készítette: Nagy Angéla Tímea

Gyöngyös

2023

Szakdolgozati témám a fogyasztói magatartást befolyásoló tényezők vizsgálata egy adott termék/szolgáltatás piacán. A marketing, mint tudományterület az elmúlt évtizedekben teljesen megváltozott és óriási fejlődésen ment át. Az internet megjelenésével és az online világ terjedésével a fogyasztók és a vállalkozások számára számtalan lehetőség nyílt meg. Az online világ fejlődése lehetővé tette a kétirányú kommunikációt a fogyasztók és a vállalatok között. A mai világban már ritka az olyan vállalat, aki nem az online kommunikációt használná fő kommunikációs csatornájának. Előnye az információ gyors, szinte azonnali áramlása helyrajzi kötöttségek nélkül.

Az internet folyamatos fejlődése és az okostelefonok elterjedése újabb lehetőségeket nyitott meg az online marketingkommunikáció területén. Rengeteg eszköze van az online marketingkommunikációnak, részletesebben a közösségi marketing média és az influenszermarketinget vizsgáltam. A közösségi oldalak lényege, hogy egy olyan digitális teret hozzon létre, ahol a hasonló érdeklődési körrel rendelkező emberek megoszthatják a véleményüket, fotóikat, videóikat, de akár kereskedhetnek is egymással. Az influenszermarketing azt jelenti, hogy egy márka együttműködik egy véleményvezérrel, hogy népszerűsítse termékét vagy szolgáltatását. Az influenszerek vagy véleményvezérek olyan hétköznapi személyek, akiknek számos követőjük van a közösségi média valamely felületén. Olyan képességekkel rendelkeznek, hogy hatással tudnak lenni mások vásárlási döntéseire, szokásaikra; szakértelmük, tudásuk, vagy kapcsolataik által. Az influenszerek önerőből építik fel saját márkájukat, ezért különös figyelmet fordítanak arra, hogy mely márkához adják a nevüket. Követőtáboruk is hosszú évek alatt épült fel a közösségi médiában.

Dolgozatomban egy influenszer házaspárt mutatok be, akik a társasjátékos közösségre hatással vannak, általában pozitívan vélekednek róluk, de van, hogy negatívan beszélnek róluk. Számos közösségi média platformon jelen vannak, saját blogot vezetnek, a YouTube csatornán a legaktívabbak, ahol számos videó megtalálható különböző tartalmak szerint csoportosítva. Társasjáték mesterként rengeteg rendezvényen szerepeltetik magukat, és társasjáték fejlesztőként több társasjáték is a nevükhöz kapcsolódik. Legújabb aktivitásuk, hogy november közepén megjelenik az első könyvük, melyben leírják tapasztalataikat, tanácsaikat, hogy a modern társasjáték világban az újonnan csatlakozók is fel tudjanak zárkózni.

A társasjátékok általában beltéri két vagy több személy által játszott játék, amelyben a játékosok előre megírt szabályok betartásával haladnak a győzelem felé, általában egymással versengve, de már egyre elterjedtebbek a kooperatív társasjátékok, ahol a játékosok együttesen összefogva, a játék ellen haladnak a győzelem felé. A modern társasjátékok aranykorukat élik, évente több ezer társasjáték jelenik meg világszerte, ezáltal növekednek az eladások, és a

társasjátékos közösségek. A társasjátékok sikere a mai digitalizált világban keresendő, hiszen kis túlzással, de egész nap kénytelenek vagyunk a képernyőt nézni, a társasjátékok viszont kizökkentenek az elektronikus világból és jó érzés úgy szórakozni, hogy nem kell a monitort nézni. Plusz élvezeti faktort nyújt, hogy a társasjáték elemeit fizikálisan meg lehet fogni, le lehet helyezni. A legnagyobb előnye mégis a fizikális kapcsolat embertársainkkal, hiszen társas lények vagyunk és együtt játszani jó. A modern társasjátékokat kategóriájuk vagy mechanizmusuk által szokták besorolni. Egy társasjáték több kategóriába is tartozhat és több mechanizmust is használhat; ezek a játékok már az összetett társasjátékok kategóriájába sorolható, amelynek az átlagos játszma ideje több óra is lehet.

Szakdolgozatomhoz primer kutatást is végeztem. Kutatásom céljaira és hipotéziseim igazolására vagy cáfolására a válaszokat kérdőíves megkérdezés alapján kerestem, melyet online kérdőív segítségével valósítottam meg. A kérdőívemet pontos szerkesztés után töltöttem fel az online felületre. A felület, amelyet választottam a Microsoft Forms volt. Azért az online módszer mellett döntöttem, mert a kérdéssor linkjét csak meg kellett osztanom a közösségi médiában, azon belül is a társasjátékos csoportokban, és a fotóra klikkelve bárki ki tudta tölteni. A kitöltés egyszerűsége miatt reménykedtem a minimum 200 kitöltésben, végül egy hét alatt sikerült a 251 db kiértékelhető kérdőív kitöltése. Így az online felületen lezártam a kérdőívet, vagyis már több választ nem fogadtam, és elkezdtem a kiértékelést. A kérdőívemben többnyire zárt kérdéseket alkalmaztam, melyek között van kétkimenetelű zárt kérdés, többkimenetelű szelektív zárt kérdés, melyekre esetenként több válasz is megjelölhető volt, és néhány kérdésnél volt lehetőség egyéni válaszadásra, amit az egyén kategórián keresztül tehettek meg a válaszadók. Kérdőívemben megtalálható még egy nyitott kérdés is, melyben arra kerestem a választ, hogy a megkérdezettek miért részesítik előnyben az online játékokkal szemben a társasjátékozást. A kérdéssorban két Likert skálás kérdés is helyet kapott.

A kérdőívemben összesen 28 kérdésre kerestem a választ, melyből 22 kérdés tárgyköri volt, ahol az első kérdés egyben szűrőkérdésként is funkcionált, melynek célja az volt, hogy a nem kompetens válaszadókat kizárja; ebben az esetben a társasjátékozni nem szokott személyek kizárása volt a cél. Hat demográfiai kérdés is helyet kapott a kérdőívben. Az egész kérdéssort 5-10 perc alatt ki lehetett tölteni.

A kérdőívem kiértékelését a demográfiai jellemzők elemzésével kezdtem, ahol is megállapítottam, hogy a férfiak és a nők aránya 52-48%. A válaszadók életkorát tekintve 93%-uk a 26 év és a 60 éves kor között helyezkednek el. Felső korhatárt nem állítottam a kategóriák meghatározásánál, mert a társasjátékozás kortalan hobbinak számít. A megkérdezettek 61%-ának van gyermeke.

Kérdőívem elemzését a tárgyköri kérdések kiértékelésével folytattam, a kérdéseimhez tartoztak a dolgozatom hipotézisei is, melyet az adott kérdéscsoport utolsó kérdése alatt minden esetben táblázatosan és szövegesen is kielemeztem. A dolgozatommal szemben voltak kutatási céljaim, melyek min egyikét sikerült elérnem a kutatási hipotéziseim segítségével.

A javaslatom annyi, hogy játszunk minél többet a társasjátékokkal és töltsünk kevesebb időt az online felületeken. Tudom, a mai világban nehéz a gyermekeket is bevonni minden olyan tevékenységbe, amely nem az online világban van, de a társasjátékozás igen is egy olyan dolog, amely az ő életükre is pozitív hatással van. Vagyis játszunk minél többet a gyermekekkel is.