

SZAKDOLGOZAT

Összefoglaló

Tóth Attila

Gazdálkodási és menedzsment alapképzési szak

Gödöllő

2023

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus, Gödöllő

E-sport marketing

Belső konzulens: dr. Kovács Annamária

Egyetemi docens

Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Készítette: Tóth Attila

B6D880

Levelező tagozat

Agrár -És Élelmiszergazdasági Intézet

Gazdálkodási és Menedzsment alapképzési szak

Gödöllő

2023

Bevezetés

A szakdolgozatomban szerettem volna bemutatni egy hozzám közel álló témát, az E-Sport marketinget. Még egészen fiatalom kaptam apukámtól egy Playstation 1-es szériát (amivel aztán ő többet játszott mint én) amit nagyon megszerettem és kedvet kaptam különböző játékok kipróbálásához. Mindig pozitívan gondolok vissza erre az időszakra mert összehozta a családot. Édesanyám kinyomtatta különböző játékok instrukcióit, hogy mit és hogyan lehet megszerezni majd ezeket próbáltuk akkoriban apukámmal összegyűjteni.

Ezután aztán érkeztek az egyre fejlettebb technológiák a Playstation 2 és a PC világa. Úgy gondolom nem vagyok egyedül a számítógép elterjedése mindenkinek az életére nagyon nagy hatással volt kinek a munka miatt kinek pedig a szórakozás és kikapcsolódás miatt. Akkoriban tombolt az MMORPG és FPS játékok óriási korszaka, jómagam is ebben a táborban foglaltam el a helyemet. Noha akkor még nem tudtuk, hogy ez egyesek számára komoly megélhetési lehetőséget fog biztosítani most már egészen világos, hogy rendkívül kinőtte magát a videójátékok piaca.

Dolgozatomban szerettem volna szemléltetni azokat az eredményeket, amiket elért mára a Gaming és a Professzionális eSport.

Dolgozatom felépítése

A munkám során bemutattam a különböző játék műfajokat, kategóriákat és besorolásait. Megvizsgáltam a fogyasztói szegmensek magatartását, motivációit, viselkedésüket az online környezetben. Kitértem az őket befolyásoló tényezőkre, amiket később belevontam a kutatásaimba is hiszen ez volt a legfontosabb és legérdekesebb része is a Dolgozatnak.

Általánosságban foglalkoztam a vásárlók döntési folyamataival, a fogyasztói magatartással.

Bemutatásra került még a videójátékok piaca és külön az Esport piaca is. Érdekes a kettőt külön kezelni mert az egyik egy kompetitív környezetet míg a másik egy nyugodt inkább „önmegvalósító” / családi játékélményt takar.

Kutatásokat végeztem kvalitatív és kvantitatív módon melyeknek az alábbi kérdésekre kellett válaszokat adniuk:

C1: A játékosok fogyasztói magatartásának feltárása.

C2: Azon tényezők bemutatása, amelyek a játékosokra hatnak a játékok megvásárlása során, a játékosok, mint fogyasztói célcsoport megszólításának lehetőségei.

C3: A játékos közösség motivációnak megismerése játékvásárlás során.

C4: A játékosok, mint fogyasztói célcsoport döntéshozatali folyamatainak bemutatása a játékvásárlás során.

Összefoglalás

Dolgozatom fő célja az volt, hogy megvizsgáljam és bemutassam, hogy milyen marketingakciókkal szólítható meg a játékos közösség, és milyen marketingtevékenység mögött meghúzódó fogyasztói sajátosságok lépnek fel. Bízom abban, hogy a bemutatott eredmény alapján sikerült egy átfogó képet adnom a játékosok motivációjáról és döntési mechanizmusairól, és megerősíteni a videojátékos közösségekben rejlő piaci lehetőségeket.

Sok érdekes dologgal szembesültem mind a marketing mind pedig a kutatások terén. Noha nem tervezek a továbbiakban marketinggel foglalkozni bízom benne, hogy a szakmának megfelelő professzionális dolgot sikerült kiadjak a kezeim közül.

Utólagosan szeretném itt is megköszönni Dr. Gyenge Baláznak és Dr. Kovács Annamáriának, hogy elkísértek és támogattak ezen a hosszú úton.