

„Show Me the Money”: A Z generáció e-sport-fogadási viselkedése: előzmények, motivációk és moderáló tényezők

“Show me the money”: E-sports betting behaviour of GenZ: antecedents, motivations, moderators

UHRIN DÁVID

PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing- és Kommunikációtudományi Intézet
david.uhrin@uni-corvinus.hu

HALÁSZ ÉVA ANGÉLA

PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing- és Kommunikációtudományi Intézet
eva.halasz@stud.uni-corvinus.hu

MOLNÁR LÁSZLÓ

PhD-hallgató, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
molnar.laszlo@gtk.bme.hu

Hivatkozás

Uhrin Dávid, Halász Éva Angéla, Molnár László (2026), “Show me the money”: E-sports betting behaviour of GenZ: antecedents, motivations, moderators. In: Szalkai Zsuzsanna – Bíró-Szigeti Szilvia – Iványi Tamás – Kelemen-Erdős Anikó (szerk.): Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing, mint transzdiszciplináris terület – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXXI. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar: Budapest. ISBN 978-615-112-035-4, pp. 44–44. DOI: 10.62561/EMOK-2025

Absztrakt

A sportfogadás egyidős az emberiséggel: gyökerei az ókori civilizációkig nyúlnak vissza, és az idők során szabályozott tevékenységgé fejlődött. Az utóbbi időben új lendületet kapott az e-sport révén, amelyet globális szinten olyan népszerű sportágak, mint a labdarúgás és a kosárlabda, valamint az online játék fejlődése is erősített. Kutatásunk a Z generáció e-sport fogadási viselkedését vizsgálja – ezt az erőteljes hajtóerőt a régi-új iparág mögött – kvantitatív felmérés segítségével, amelyet 119 magyarországi egyetemi hallgató körében végeztünk. Eredményeink figyelemre méltóak: a pénzügyi haszonszerzés a legfőbb mozgatórugó ebben a digitálisan érett és jövedelmező szegmensben, megelőzve a rajongást és a szórakoztatási értéket. A válaszadók hajlamosak szakértői tanácsokat igénybe venni saját megítélésük mellett. A gyermekkori játékelmények korai jelenléte kulcsfontosságú előzmény, míg a játékalapú platformokon és alkalmazásokban megjelenő hirdetések erőteljes moderáló tényezőt jelentenek. Ugyanakkor a közösségi média negatív hatást gyakorol az e-sport fogadási hajlandóságra.

Kulcsszavak: e-sport fogadás, Z generáció, szerencsejáték-viselkedés, előzmények, motivációk, moderátorok, e-sport marketing, közösségi média, korai kitettség

Abstract

Sports betting is as old as mankind: its roots reach back to ancient civilizations and over time it has developed into a regulated activity, having recently gained a fresh momentum with e-sports amplified by the global popularity of certain sports such as soccer and basketball and the evolution of online gaming. Our research looks at the e-sports betting behaviour of GenZ, a powerful drive behind this old-new industry, using a quantitative survey of 119 students from Hungary. Our findings are fascinating: the key driver behind the betting behavior of this lucrative and digitally savvy segment is financial gain, which precedes fandom and entertainment value, and they tend to consult expert advice besides their judgment. Early exposure to gaming in childhood is a key antecedent, and advertising on gaming platforms and apps is a strong moderator, while social media negatively influences e-sport betting propensity.

Keywords: e-sport betting, Gen Z, gambling behaviour, antecedents, motivations, moderators, e-sports marketing, social media, early exposure