

Tervszerűség és impulzivitás a szerencsejáték- vásárlásnál

2005 őszén a Marketing Centrum nagymintás lakossági felmérést¹ készítette a Szerencsejáték ZRT. megbízásából, és ezzel párhuzamosan egy értékesítőhelyi kutatás is készült². A legfontosabb tanulság: a Szerencsejáték ZRT. játéktermékei másképpen szerencsejátékok, mint a játékgépek vagy a kaszinóban található játékok. Mások a motivációk, más a játékelmény, és főként ebből adódóan a szelvényes játékokat sokkal inkább fogyasztási cikk szerűen vásárolják a játékosok, mint luxustermékként. Ugyanakkor a Szerencsejáték ZRT. játéktermékeiben és az értékesítés gyakorlatában is vannak impulzív vásárlásra ösztönző tényezők.

Magyarországon nincs nagy kultusza a klasszikus szerencsejátékoknak. Társasági szerencsejátékokat tízből ha egy magyar szokott viszonylag rendszeresen játszani, kaszinóba csak egy nagyon szűk réteg jár, és a játékgépek közönsége sem népes. A szelvényes játékokat – különösen az 5-ös lottót – viszont tömegek vásárolják, és még a kevésbé népszerű Szerencsejáték ZRT. játékok is több embert érintenek, mint bármely egyéb szerencsejáték. Mindezzel szinkronban a szerencsejátékokkal kapcsolatos elsődleges asszociációk a leggyakrabban a Szerencsejáték ZRT. termékeihez kötődnek, illetve magához az ZRT-hez.

JÁTÉKOS-TÍPUSOK

Nagyon tágran értelmezve a felnőtt magyarok 60 százaléka tekinthető a Szerencsejáték ZRT. játéktermékei közönségének. A játékszokások finomabb elemzésével azonban négy réteg különíthető el: a felnőtt magyarok 45 százaléka valójában **nem tekinthető játékosnak**, hisz az elmúlt félév folyamán egyetlen játékban sem vett részt. Ugyanakkor a felnőttek 13 százaléka **alkalmi játékos**, 35 százalékuk **alpjátékos**, 7 százalékuk pedig **nagyjátékos**. A játékos-típusokat nem egyszerűen a pénzköltéseik alapján azonosítottuk, hanem egy klaszteranalízis eredményeként körvonalazódtak a kategóriák. Ennél az elemzésnél a költségen túl figyelembe vettük a játékszokásokra (mit, miként, milyen gyakran játszik valaki) és a játékkismeretre (árak, szabályok) vonatkozó válaszokat is.

A három játékos-típus közül a legkevésbé homogén réteg a nagyjátékosoké. E kör egy része (felnőtt lakosság kb. 1 százaléka) szenvedélyes játékos, aki extrémén sokat költ, ám a ZRT árbevételének körülbe-

1 A felmérés keretében országszerte összesen 6112 véletlenszerűen kiválasztott 18 évnél idősebb magyart faggattak az intézet munkatársai. Az adatfelvételle 2005. 36. és 39. hete között került sor, ám a megkérdezések 89 százaléka a 37. és a 38. hétre esett.

2 Ennek keretében 48 helyszínen összesen 2115 véletlenszerűen kiválasztott játéktermék-vásárló válaszolt a kérdésekre. A helyszínek forgalomarányosan képviselték a különböző típusú értékesítési helyeket, és viszonylag pontosan illeszkedtek az országos értékesítési hálózathoz. Az 5 területi igazgatóság körzetében az ott élők számával arányosan készültek interjúk. Az értékesítőhelyi felmérésre a 39. héten került sor, és a megkérdezések számát a heti forgalmi ritmushoz igazítottuk.

ül kétharmada az alapjátékosoktól származik. Az alapjátékosok csak kivételesen hagynak ki egy-egy játékhetet, a nagyjátékosok pedig (szinte) sohasem. A nagyjátékost azonban nem egyszerűen a pénzköltés különbözteti meg az alapjátékosától, hanem inkább az, hogy többféle játékkal játszik rendszeresen, és majdnem minden játéknál többszörös fogadásokat köt.

A kutatás tanulsága szerint a Szerencsejáték ZRT játéktermékei másképpen szerencsejátékok, mint a nyerőgépek, a lóverseny vagy a kaszinó. A klasszikus szerencsejátékoknál ugyanis a nyeremény eredményében vállalt kockázat és az ezzel járó izgalom a játékelmény alapja, a visszajelzés pedig mindig azonnali. A szelvényes játékoknál viszont késleltetett a visszajelzés, és az elsődleges játékelményt a nagy nyeremények elköltéséről való álmódoszás jelenti. Így aztán a Szerencsejáték ZRT játéktermékeinek vásárlásánál kitüntetett szerepe van a jövőre gondolásnak és az általános optimizmusnak is. Más szerencsejátékoknál viszont a jövőre gondolás inkább visszatart, mint motivál. Az azonban közös elem, hogy a vállalkozó kedv növeli, a kockázatkerülés pedig csökkenti a játékkedvet.

„Magyarországon nincs nagy kultusza a klasszikus szerencsejátékoknak. Társasági szerencsejátékokat tizből ha egy magyar szokott viszonylag rendszeresen játszani, kaszinóba csak egy nagyon szűk réteg jár, és a játékgépek közönsége sem népes. A szelvényes játékokat – különösen az 5-ös lottót – viszont tömegek vásárolják.”

tóvé. A Szerencsejáték ZRT játékainál viszont kitüntetett szerepe van a főnyereménynek, és a főnyereményekről nem egyszerűen a luxusfogyasztás, hanem a tartós anyagi biztonság és a kényelmes élet reményében álmódosunk.

Mindez érthetővé teszi, hogy a szelvényes játékok csak egészen ritkán vezetnek nagyon erős, illetve kóros játékszenvedélyhez, és azt is, hogy ezeket a játékokat sokkal inkább fogyasztási cikk szerűen vásárolják a játékosok, mint impulzívan. Ez azt jelenti, hogy a Szerencsejáték ZRT játékok vásárlása a legtöbbször rendszeres-, az életmódba beágyazott tevékenység, és ez jól látható a játékra történő költsésvonatkozó válaszokból is.

A PÉNZKÖLTÉS ÖSSZETÉTELE

Ha pusztán a lakossági felmérés eredménye alapján próbálnánk becslést adni arra, hogy mennyi lehet a ZRT éves árbevétele, akkor a következő kérdéséből indulhatnánk ki: **„Egy átlagos hónapban – amikor nincs különösen nagy főnyeremény – összesen mennyi pénzt szokott Ön költeni a válaszlapon felsorolt játékokra?”** A kérdésre a következő válaszarányokat kaptuk azoktól a válaszadóktól, akik az elmúlt félévben egyáltalán költöttek valamennyit a Szerencsejáték ZRT játékaire (1. táblázat)

A 6112 véletlenszerűen megkérdezett felnőtt magyarból 3415 fizetett egyáltalán az elmúlt félévben a Szerencsejáték ZRT valamelyik játékáért, és rajtuk keresztül a havi összbevételéből 6753 eFt-t látunk. Ez a 8 millió nagykorú magyar állampolgárra és 12

1. táblázat

Kategória	Százalék	Összes költség eFt ¹	Bevétel% ²
200 alatt ³	7,1	43	0,6
200–500	17,0	204	3,0
500–1000	25,9	622	9,2
1000–2000	20,4	1048	15,5
2000–3000	11,6	997	14,8
3000–4000	6,3	756	11,2
4000–5000	5,2	796	11,8
5000–10 000	4,3	1102	16,3
10 000–20 000	1,3	645	9,6
20 000–30 000	0,2	150	2,2
30 000–50 000	0,2	320	4,7
50 000 fölött	0,0	70	1,0
Összesen	100,0	6753 eFt	100,0

¹ A kategóriaközeppekkel számolva

² A bevétel hány százaléka származik ettől a játékos kategóriától

³ Itt kategóriaközépnek a 175 Ft-ot vettünk

hónapra vetítve 106,1 milliárd Ft bevételt jelez, és ez meglehetősen jól közelíti a 2004-es tényszámot, amely 111,5 milliárd Ft volt.

Ha a durva, nagyon egyszerű számolás helyett egy elméletileg sokkal pontosabb, viszont lényegesen bonyolultabb eljárást alkalmazunk, és egy lognormális eloszlást illesztünk a tapasztalati eloszlásra¹, az eredmény alig változik (így 107,2 milliárd Ft-os becslést kapunk). Az alulbecslés okai a következők lehetnek:

1. Statisztikai hiba

A statisztikai hiba ekkora minta esetében elvileg 1% alatt van, így önmagában ez nem magyarázza a tapasztalt mintegy 5 százalékos (és még a lognormális becslés esetén is majdnem 4 százalékos) eltérést. További magyarázatokat kell tehát keresnünk.

2. A kérdés az átlagos hetekre vonatkozott

Megvizsgáltuk azt is, hogy mennyit költenek a játékosok olyankor, amikor nagyon nagy főnyeremény van. Ezeket a válaszokat később mutatjuk be. Röviden megelőlegezve az eredményt: a növekményt nagyon erősen alulbecslik az emberek.

3. Az emberek általában alul szokták becsülni a költségeiket

Még hozzá sokkal több, mint 4-5 százalékkal. Úgy tűnik, esetünkben az emberek meglepően pontosan tisztában vannak azzal, hogy *általában* mennyit költenek az Szerencsejáték ZRT játékaire, de pontatlanul mérik fel, hogy *különleges esetekben* mennyit költenek. A legtöbb fogyasztási cikk esetében egy hasonló lakossági felmérés eredményei általában ennél sokkal erősebben alá szokták becsülni a tényleges költségeket. Ennek alapján megállapíthatjuk, hogy az SZRT termékei nagyjából úgy viselkednek, mint az *alapvető fogyasztási cikkek*, például a kenyér vagy a cigaretta: nagyon tudatosan költenek rájuk az emberek, és hogy konkrétan

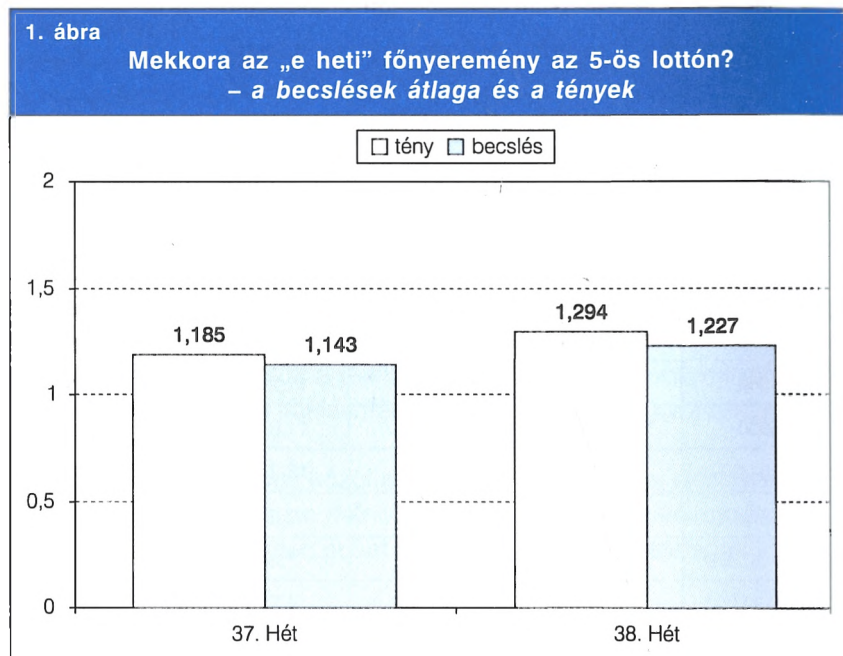
tan mennyit, azt egy ilyen felmérés alkalmával meglehetősen nagy pontossággal el is mondják.

A NAGY FŐNYEREMÉNYEK HATÁSA

A nagyon nagy főnyeremények hatását a vásárlói szokásokra a következő kérdés célozta meg: „*És mennyit szokott költeni azokban a hónapokban, amikor valamelyik játékon – például az 5-ös lottón – nagyon magas a főnyeremény?*”

A nagyon magas főnyereményt nem definiáltuk pontosan, hagytuk, hogy minden válaszadó a saját értelmezése szerinti értékre gondoljon. Más kérdések kapcsán az 5-ös lottó esetében az derült ki, hogy az 1 milliárd forint a bűvös határérték. Az adatfelvétel időszakában végig e határ fölött volt a főnyeremény, és a játékosok többsége ezzel tisztában is volt. Sőt, a válaszok átlaga a heti növekményt is viszonylag pontosan követte. A becslések átlaga azonban valamivel a tényadat alatt maradt, mert azért nem minden játékoshoz jutott el az a hír, hogy rekordnyereményre van kilátás (1. ábra).

A nagy nyeremény esetén való költségekre vonatkozó válaszokból kivontuk az átlagos hónapokra vonatkozó válaszokat és a következő arányokat kaptuk a növekményekre (2. táblázat).



1 A lognormális eloszlás a normális eloszlás logaritmusából létrejövő eloszlás, amelynek segítségével általában jól modellezhetők a jövővelmi- és pénzköltési változók. Az elméleti eloszlás várható értékét és szórását a legkisebb négyzetek módszerével a tapasztalati adatokhoz illesztettük, majd kiszámoltuk a kapott görbe alatti területet, ami az összes költség.

2. táblázat

Kategória	Százalék	Összköltés, eFt
Kevesebbet ¹	1,1	-46
0	79,3	0
100–500	5,5	55
500–1000	4,5	118
1000–3000	7,7	329
3000–5000	1,2	135
5000–10 000	0,5	98
10 000 fölött	0,1	146
Összesen	100,0	835

¹ A nagy nyereségre vonatkozó kérdés közvetlenül az átlagos hónapokra vonatkozó kérdés után következett, így a csökkenés néhány esetben valamiféle válasz-korrekció lehet. Ugyanakkor néhány embernél tényleg csökkentheti a játékkedvet az extra nagy nyeresemény.

A 2. táblázatból két fontos következtetést vonhatunk le:

- A játékosok 80 százalékára egyáltalán nem hat a nagyon nagy nyeresemény. Ők továbbra is úgy kezelik ezeket a játékokat, mint ahogyan az alapvető fogyasztási cikkeket szoktuk: attól, hogy a minőség javul, még nem fogyasztunk többet belőlük.
- A játékosok mintegy ötödére viszont úgy hat a nagyon nagy főnyeresemény, mintha egy luxusterméket kínálnának neki: növeli a fogyasztását. E 20 százaléknak körülbelül a fele viszonylag csekély mértékben (de ők is szignifikánsan, legalább 1-2 alapjátéknyival), a másik fele pedig jelentősen.

Ezt a második következtetést az is alátámasztja, hogy erre a kérdésre a válaszadók nyilvánvalóan alábecsülték a költsüket – ahogy az emberek általában is szokták a luxustermékek esetében. A válaszok ugyanis azt mutatják, hogy a nagyon nagy nyeresemények esetében a fogyasztás mindössze 12,4 százalékkal nő (azaz a minta átlagos havi összköltése – ami 6753 eFt – mindössze 835 eFt-tal emelkedett), miközben a forgalmi adatok azt mutatják, hogy nagyon nagy főnyeresemény esetében az illető játék forgalma akár 50–100 százalékkal, vagy még többel is növekedhet.

Lehetséges persze, hogy azért becsülték alul a válaszadók erre a kérdésre a választ, mert részben már az előző kérdésre adott válaszbba is belekalkulálták, hogy az „átlagos” hónap úgy jön össze, hogy néha nagyobb a főnyeresemény, néha kisebb, és ennek megfelelően a fogyasztás is némileg fluktuál, mint ahogy a friss-meleg kifliből is esetleg valamivel többet veszünk a szokásosnál. És ez lehet a magyarázata annak is, hogy pusztán az „átlagos” hónapok költségi számaiból is viszonylag nagy (4-5 százalékos) pontossággal sikerült meghatározni a Szerencsejáték ZRT 2004-es árbevételét.

Ez az érv azonban minden bizonnyal nagyjából csak arra a 80 százalékra vonatkozik, akik nem számoltak be fogyasztásuk növekedéséről a nagyon nagy főnyeresemény esetében. Arra a 20 százalékra, akiknek a játékvásárlási szokásait jelentősen befolyásolja a nagy főnyeresemény, alapvetően más séma érvényes. Ezt legjobban a 2003-as év forgalmi adataival támaszthatjuk alá. Ebben az évben kiugróan hosszú időn át kiemelkedően nagy volt a főnyeresemény, és a Szerencsejáték ZRT éves árbevétele is mintegy 11 százalékkal meghaladta a következő, 2004. évit.

„Úgy tűnik, hogy az 5 milliárdos halmozódás hatására a rendszeresen játszóknak száma 2003-ban növekedett, egy részük folyamatosan tovább játszik, de a halmozódás okozta ingerküszöb ezután magasabb összegre tolódott.”

Ez a nagy főnyeresemény időszakára vetítve legalább 30 százalékos növekedést jelent¹, amit a felmérésből kapott válaszadatok távolról sem támasztanak alá. A magyarázat minden bizonnyal az, hogy a növekedés egy része a játékosoknak attól a 20 százalékától származik, akik bizonyos esetekben (például nagyon magas főnyeresemény mellett, de ide tartozik a Jokerjáték és a sorjegy vásárlások egy része is) a Szerencsejáték ZRT termékeit luxustermékként is hajlamosak percipiálni, és ennek következtében alábecslik a fogyasztásukat. A másik ok valószínűleg az, hogy az 1-2 milliárdig tartó halmozódás a 2003-as 5 milliárdoshoz képest más reakciókat vált ki a játékosokból. Úgy tűnik, hogy a halmozódás hatá-

¹ A becslésnél itt figyelembe vettük persze azt is, hogy a 2004-es évben is voltak nagy főnyeresemények.

sára a rendszeresen játszóknak száma 2003-ban növekedett, egy részük folyamatosan tovább játszik, de a halmozódás okozta ingerküszöb magasabb összegre tolódott. Ebből következik, hogy míg az említett évben lényegesen növekedett a hosszú halmozódási időszak alatt a játékosok száma, a jelenlegi esetben ez a halmozódás már nem jelentett ekkora hatást.

A megkérdezésekre a 36–39-ik héten került sor, ám 89 százalékuk a 37. és a 38. hétre esett. Ezen időszak alatt folyamatos volt a halmozódás az 5-ös lottón. Ennek ellenére nem találtunk szignifikáns eltérést a játékszándékokban, sőt a 38. héten 2 százalékponttal alacsonyabbnak bizonyult a mutató átlaga, mint a 37. héten¹. Mindezek alapján azt mondhatjuk, hogy milliárdos nagyságrendű főnyeremény fölött a 100 milliós nagyságrendű továbbhalmozódásnak nincs kimutatható motiváló hatása. A 2. lépcsőfok az 1,5 milliárdos főnyeremény, majd a 2 milliárd esetében van jelentősebb forgalomnövekedés.

A SZERENCSEJÁTÉK ZRT TERMÉKEINEK PERCEPCIÓJA

A játékosoknak az a 64 százalék, akiket *alapjátékosokként*, illetve az a 24 százalék, akiket *alkalmi játékosokként* klasszifikáltunk, lényegében alapvető fogyasztási cikként percipiálja a Szerencsejáték ZRT termékeit. Általában nagyon tudatosan, betervezett módon költenek, és nagyon pontosan tudják, hogy mennyit. Tehát nem igazán jellemző rájuk az impulzív vásárlás. Pontosabban: az alkalmi játékosokra lehet, hogy jellemző, de nagyon kiszámítható módon, ami azt jelenti, hogy alkalmi vásárlásaikból hosszú távon lényegében konstans mennyiség adódik.

A nagyjátékosokként azonosított mintegy 12 százaléknál nagyobb részben azonos azokkal, akik nagy főnyeremény esetén jelentősen megnövelik a fogyasztásukat. A nagyjátékosok leglényegesebb jellemzői közé a sokféle játék játszása is hozzátartozik. Pontosán ismerik

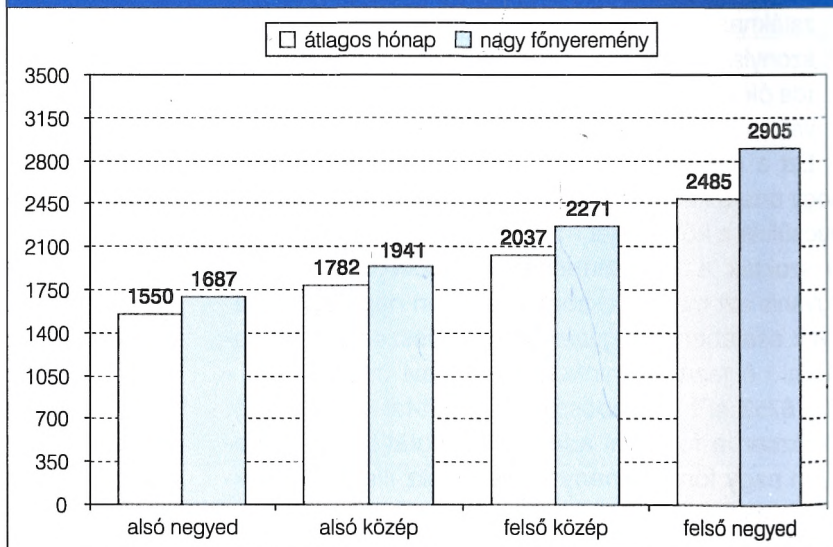
az egyes játékok szabályait, és aktuális játékmódjukat gyakran illesztik az adott játékhét jellegzetességeihez. Valójában talán nem is nagyjátékosoknak kellene őket nevezni, mert nem is mindegyikük költ kiemelkedően sokat, hanem attitűdjeik, fogyasztási szokásaik alapján inkább a szerencsejáték-ínyenc lehetne a találó megnevezés.

A kutatás adataiból az látszik, hogy jelentős főnyeremény-halmozódás esetén elsősorban nem annak köszönhető a bevétel növekedése, hogy tömegesen kapcsolódnak be alkalmi játékosok a játékba, hanem inkább annak, hogy a rendszeresen játszóknak a szokásosnál több fogadást kötnek, és ebben a szerencsejáték-ínyenc nagyjátékosoké a legnagyobb szerep.

Végül az extra nyeremény luxuscikként való értelmezésével kapcsolatos hipotézist az is alátámasztja, hogy éppen a legmagasabb jövedelmi negyedben a legnagyobb a különbség az átlagos és a nagynyereményes költségek között (2. ábra).

A játékosok fele egyébként mindig ugyanazon a helyen játszik, és további 27 százalékuknak is van egy törzshelye ahol a leggyakrabban játszik. Azaz mindössze 23 százalék az azon játékosok aránya, akiknél esetleges, hogy éppen hol játszanak. Ez viszont az alkalmi és a nagyjátékosok körében fordul elő a leggyakrabban, ami arra utal, hogy csak e két körben fordul elő viszonylag sokszor az, hogy egy

2. ábra
Összesen mennyit költ Szerencsejáték ZRT játékokra?
– jövedelmi helyzet szerint



¹ Ez viszont szinkronban van azzal, hogy a 37. hét forgalma erősebb volt, mint a 38. hété.

fogadóhely láttán elcsábulnak, azaz impulzívan vásárolnak.

A tipikus játékos viszont menetrendszerűen, heti egyszer, és a legtöbbször ugyanott játszik. Márpedig ha egy tevékenység ennyire rendszeres, akkor a hozzákapcsolódó pénzköltések is stabilak szoktak lenni.

Ugyanakkor nem minden játékos van tisztában az alapjátékok árával. A tágan értelmezett játékos kör 5 százaléka nem tudta megmondani, hogy mennyibe kerül egy alapjáték az 5-ös lottón, a tippelésre vállalkozók 13 százaléka pedig a tényleges árnál kisebb

„Mindent egybevetve a megkérdezett játékosok ötödének egyetlen egy SZRT játék áráról sem volt elfogadható ismerete, 24 százalékuk csak egy játék áráról mondott elfogadható választ, 20 százalékuk két játékról, 16 százalékuk háromról, 8 százalékuk 4-ről és csak 12 százalékuk a játékok többségéről.”

összeget mondott. Ez a legtöbbször a régebbi 150 forintos árat jelenti. A tippelők 81 százaléka azonban tisztában volt az árral, 6 százalékuk viszont felül becsülte azt. Ebből a 6 százalékból 1% dupla árat mondott, másik 1% pedig négyszerest.

Ők nyilván a kérdést értették félre, és arra válaszoltak, hogy ők mennyit szoktak a játékokra költeni, ezért ezeket a válaszokat is jó válasznak tekinthetjük. Ezzel együtt még a rendszeres lottózók és a nagyjátékosok körében is számottevően sokan becsülték alá, illetve fölé az 5-ös lottó alapárát. A Joker játék esetében viszont csak a játékosok 21 százaléka tippelt, és csak a tippelők 74 százaléka talált. Ez az adat megint csak azt támasztja alá, hogy a Jokerjáték afféle luxustermékként működik, míg az 5-ös lottó inkább fogyasztási cikként.

Mindent egybevetve a megkérdezett játékosok ötödének egyetlen egy SZRT játék áráról sem volt elfogadható ismerete, 24 százalékuk csak egy játék áráról mondott elfogadható választ, 20 százalékuk két játékról, 16 százalékuk háromról, 8 százalékuk 4-ről és csak 12 százalékuk a játékok többségéről.

E mutatóknak azonban legalább két dimenziója van: 1. a tájékozottság és 2. az érzékenység. Ha valaminek nem tudjuk az árát, az nem jelenti azt,

hogy csak hirtelen felindulásból szoktuk vásárolni azt a dolgot. Legutolsó bevásárlásunk számlájának végösszegét valószínűleg megjegyezzük egy darabig, ám az egyes tételek árát aligha tudjuk pontosan felidézni.

TERVEZETT ÉS IMPULZÍV VÁSÁRLÁS

Tovább árnyalhatjuk a képet az értékesítőhelyi felmérés eredményei alapján. A fogadóhelyeken megkérdezettek 99 százaléka megmondta, hogy összesen hány forintot költött, illetve hány forintot szándékozik költeni. A játékosok 47 százalékát ugyanis akkor szólította meg a Marketing Centrum munkatársa, amikor az belépett a fogadóhelyre, tehát még nem fizetett a játékokért. 53 százalékukat viszont a pénztártól való távozás után kérdezték meg munkatársaink.

Az előtte kérdezettek átlagosan 1780 forintot szándékoztak elkölteni, a fizetés után kérdezettek viszont átlagosan 2175 forint elköltéséről számoltak be. A különbség 395 Ft, tehát nagyjából 1-2 alapjáték és/vagy egy sorjegy, illetve Jokerjáték árának megfelelő. Ám ez részben csak véletlen, az eltéréshez ugyanis hozzájárul az a 3 fizetés után kérdezett játékos is, akik extrémén sokat költöttek (40, 50, illetve 80 ezer forintot).

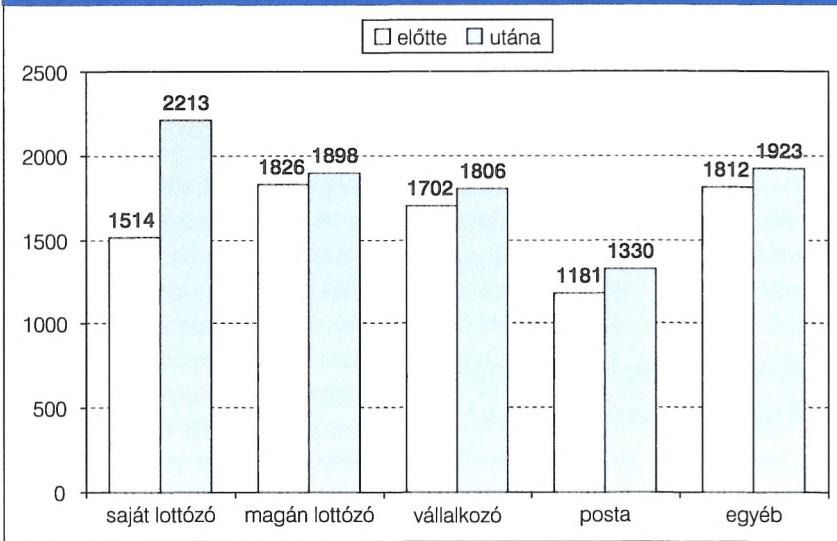
10 000 forintnál többet azonban mindössze 37 játékos fizetett. Ha őket kihagyjuk az elemzésből, akkor 296 forintra csökken az előtte, illetve utána átlagok különbsége¹. Mindazonáltal ez is majdnem két alapjáték ára, és ezek a számok elsősorban azt jelzik, hogy nagyon is eredményes üzletpolitika az, amely szerint a fogadóhelyek munkatársai minden játékost megpróbálnak rávenni a Jokerjátéokra, illetve a sorsjegyvásárlásra is.

Ez az üzletpolitika természetesen a Szerencsejáték ZRT saját tulajdonú és üzemeltetésű értékesítő helyein valósul meg a leghatékonyabban, mert itt vannak az eladók a legjobban kiképezve. Ennek megfelelően éppen itt találtuk a legnagyobb különbséget az előtte, illetve utána válaszoknál. A Jokerjáték és az egy-két sorsjegy terven felüli vásárlása tehát egyfajta borralaló a fogadóhelynek, és így luxuskiadás jellegű. Ennek megfelelően ez nem előre ter-

¹ A költség-átlagokra vonatkozó hipotézis vizsgálatokat mindig ezzel a „csonkított” mutatóval végeztük el.

3. ábra

Összesen mennyit fog költeni/költött?
– „csonkított” átlagok fogadóhely-típusok szerint



vezett, és nem is pontosan fejben tartott költés. Alátámasztja ezt az is, hogy a legnagyobb valószínűséggel a nagyjátékosok vettek Jokerjátékot is a lottó játékok mellé, és a Jokerjátékokra, illetve sorsjegyre költések átlaga nagyjából az egyéb játékokra költések átlagának a 10 százaléka (3–4. ábra).

A tényleges költések eloszlásának legfontosabb tanulságai a következők:

- a tényleges játékok elsöprő többsége többszörös játék
- a tipikus játékosok 2–16 alapjátékot játszanak
- a nagyjátékosok aránya a tényleges játékos populációban valamivel nagyobb a lakossági felmérés alapján becsült 12 százaléknál, az viszont itt is igazolódott, hogy 3000 forint költés környékén van a határ
- mindössze a játékosok 1 százaléka tekinthető extrém játékosnak, ám az ide sorolhatók jelentős része másokkal (kollégákkal, családtagokkal, barátokkal) közösen hódol szerencsejáték-szvenvedélyének, ami azt jelenti, hogy egyénileg ők sem költenek lényegesen többet, mint a nagyjátékosok

Ugyanakkor az eloszlás értelmezésekor azt is figyelembe kell

venni, hogy a 39. játékhéten rekordnagyságú volt az 5-ös lottó főnyereménye, és ez sok játékost késztetett sok játékra. Egyetlen egy alapjáték vásárlására viszont csak keveseket.

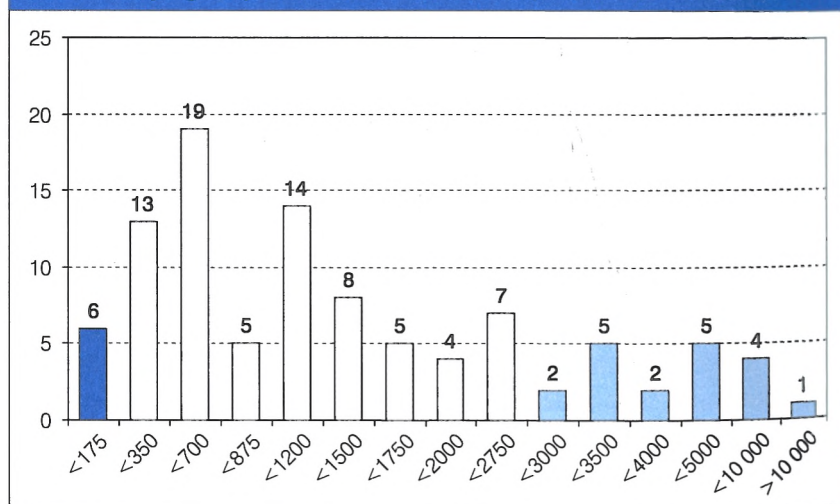
Az értékesítésben dolgozó munkatársak rábeszélőképességén túl az is terven felüli játékra ösztönző tényező, hogy ha már elkezdett valaki kitölteni egy szelvényt, akkor hajlamos kitölteni a szelvényeken lévő összes játékmezőt. Ez a hatás az 5-ös lottó vásárlásokra vonatkozó válaszokból látszik a legtisztábban. A játékosok átlagosan 4,25 alapjátékot játszottak, illetve terveztek játszani az 5-ös lottón. Ehhez az átlaghoz azonban $s=7,34$ szórás tartozik,

hisz 0 és 165 között szóródtak a válaszok.

Az előtte kérdezettek átlaga 3,89, az utána kérdezetteké pedig 4,56. A szignifikáns növekedés elsősorban abból jött össze, hogy az összes négygel osztható játékszám esetén növekedett az utána kérdezettek körében az említési gyakoriság. Itt tehát egyértelműen annak tudható be a hatás, hogy ha már egyszer elkezd kitölteni valaki egy szelvényt, akkor nagy a kísértés, hogy megjátssza mind a 4 játékmezőt. Azért persze olyan játékos is van, aki egy idő után megunja, és végül kevesebbet játszik, mint ahányat tervezett. Továbbá nyilván azok halmaza sem

4. ábra

A tényleges (fizetés után bemondott) költések eloszlása



üres, akik a lottózóba lépve még nem tervezték az 5-ös lottó vásárlását, de aztán mégiscsak vettek 1 vagy több játékot. Például azért, mert a fogadóhelyen értesültek a főnyeremény nagyságáról.

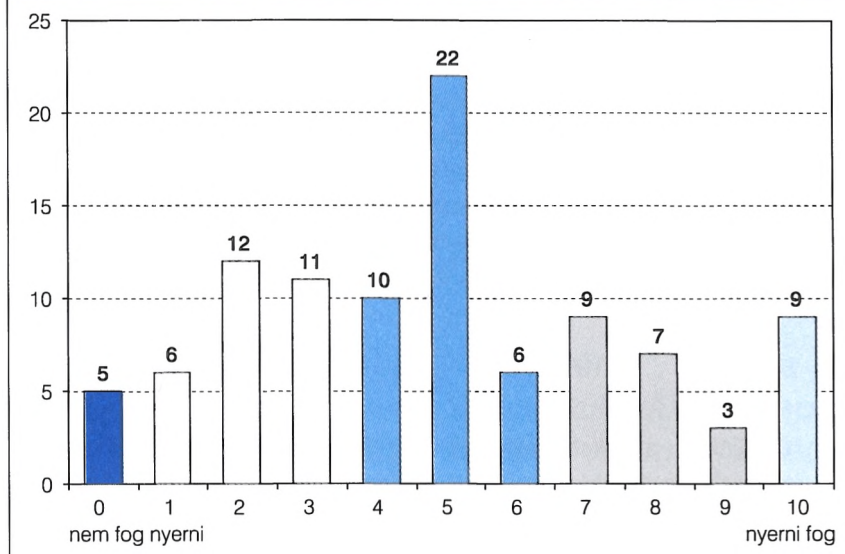
A NYERÉSI ESÉLYEK MEGÍTÉLÉSE

A kutatás tervezésekor arra számítottunk, hogy a nyerési esélyek megítélésében is jelentős lesz a növekedés az előtte és az utána kérdezettek átlagai között. Számos kísérlet bizonyította ugyanis, hogy az itt és most nyersz vagy vesztesz jellegű szerencsejátékoknál (de még a lóversenyen is) a tét felrakása után lényegesen nagyobbak érzik a játékosok a nyerési esélyeiket, mint előtte.

A Marketing Centrum felmérésében arra kértük a játékosokat, hogy egy 11 fokozatú (0-tól 10-ig terjedő) skálán értékeljék a nyerési esélyeiket. A játékosok 5 százaléka úgy vágott bele a kalandba, hogy szinte biztos volt benne: nem fog nyerni, 9 százalékuk viszont (szinte) biztos volt abban, hogy nyerni fog. A tipikus hozzáállás természetesen a „vagy igen, vagy nem” volt, amit a legtöbben úgy fejeztek ki, hogy „középre menekültek” a nyerési esélyeket firtató kérdésre adott válaszuknál. A fogadás előtt kérdezettek átlaga 4,61, míg az utána kérdezetteké pedig 4,85 volt, ám ez a különbség még ilyen nagy minta esetén is csak tendenciát jelez, nem szignifikáns. A Szerencsejáték ZRT játéktermékeinek ugyanis az a fő jellegzetessége, hogy a nyereség, illetve a veszteség kíséltetett, így aztán a tét felrakása nem indít el spe-

5. ábra

Mit gondol Ön a nyerési esélyeiről?



ciális pszichológiai folyamatokat a játék-elhatározáshoz képest. Ezen viszont már túl vannak a játékosok, amikor belépnek a fogadóhelyre (5. ábra).

A nyerési esélyek megítélése természetesen pozitívan (ha nem is túl szorosan) korrelál a költéssel ($r=0,15$). Tehát aki többet költ, az általában tudja, de mindenképpen reméli, hogy több esélye van nyerni.

*Marián Béla kutatási igazgató
Marketing Centrum*

*Mérő László egyetemi tanár
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Pedagógia és Pszichológiai Kar
Gazdaságpszichológiai Szakcsoport*

*Somorai László marketingigazgató
Szerencsejáték ZRT.*

HIRDESSZEN LAPUNKBAN!

Így hirdetései a legjobb menedzserekhez és közgazdászokhoz jutnak el.

SZERKESZTŐSÉG ÉS KIADÓHIVATAL

1055 Budapest V., Szent István krt. 17. • Postacím: 1373 Budapest, Pf.: 617

Telefon/fax: 488-7496

E-mail: info@m-and-m.hu