

MAGYAR TÁRSASJÁTÉKOS ELADÁSI STATISZTIKÁK ELEMZÉSE

Adorján Balázs – Bednárík Éva¹

ABSZTRAKT

A társasjátékok piaca az elmúlt évtizedben jelentős növekedést mutatott világszerte, és ez alól Magyarország sem kivétel. Jelen tanulmány célja, hogy pénzügyi és makrogazdasági szempontból elemezze a magyarországi társasjátékpiacon helyzetét, valamint összehasonlítsa azt nemzetközi trendekkel. Az elemzés alapját nemzetközi statisztikai adatok, valamint a legnagyobb magyarországi társasjáték-kiadók és forgalmazók bevételi adatai és weboldalaik látogatottsági statisztikái képezik. Ezen kívül figyelembe vettük a konkrét társasjátékok árváltozásait is. Az adatokat kvantitatív megközelítéssel és szigorú statisztikai módszerekkel elemeztük és dolgoztuk fel. Elsődleges és másodlagos adatelemzés segítségével végeztünk korrelációs kutatást. Az eredmények rávilágítanak a hazai piac szerkezetére, valamint arra, milyen mértékben követik a nemzetközi trendeket a hazai fogyasztói szokások és milyen gazdasági tényezők befolyásolják az árbevétel-növekedést. A nemzetközi adatokkal való összehasonlítás révén azt is megvizsgáltuk, milyen tényezők segítik vagy gátolják a magyar piaci szereplőket a globális versenyben. A kutatás kitér továbbá a vásárlói magatartás változásaira, a digitális társasjátékok térnyerésére, valamint a COVID-19 járvány utóhatásaira is, amelyek jelentősen befolyásolták az iparág fejlődési irányait. Vizsgáljuk a hazai fejlesztők innovációs lehetőségeit, és a fenntarthatósági szempontok térnyerését is a társasjátékgyártásban.

JEL kódok: C73, L11, P23, P42, D4

Kulcsszavak: társasjátékok, árképzés, termékpiacok

¹ Adorján Balázs doktorandusz hallgató, Soproni Egyetem, Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, levelező szerző. E-mail: adorjanb86@gmail.com.
Bednárík Éva egyetemi docens, Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar, Üzleti Tanulmányok Intézet. E-mail: bednarik.eva@uni-sopron.hu.

1. BEVEZETÉS

A társasjátékpia az elmúlt évtizedben dinamikus növekedést mutatott, mind globálisan, mind regionális szinten. Ezt jól szemlélteti a társasjátékipar bevételeinek emelkedése (Statista), valamint az újonnan megjelent játékok számának növekedése (jollyopolis.com, 2024). A társasjátékok gazdasági és társadalmi jelentősége egyre inkább előtérbe kerül. A szektor bővüléséhez számos tényező járult hozzá: a nosztalgia és a közös családi vagy baráti élmények iránti fokozódó kereslet, a digitális világ ellensúlyozására törekvő offline szórakozási formák előtérbe kerülése, valamint az innovatív, sokszor komplex stratégiai játékok elterjedése. A társasjátékok nemcsak szabadidős tevékenységként, hanem egyre inkább edukációs és fejlesztő eszközként, valamint közösségépítő médiumként is funkcionálnak. Az üzleti világban csapatépítő tréningeken (Kloep et al., 2023) is előszeretettel alkalmazzák őket, míg az oktatásban a stratégiai gondolkodás, a problémamegoldás és a kommunikáció fejlesztésének egyik leghatékonyabb eszközei (Estrada-Plana et al., 2024; Noda et al., 2019) quasi-experimental study was carried out with children (n = 234). A társasjátékok pszichológiai hatásai közé sorolható az együttműködés elősegítése, a stresszcsökkentés, valamint a döntéshozatali képességek fejlesztése. Ezek mellett egyre több tudományos kutatás vizsgálja a társasjátékok népszerűség-növekedésének pszichológiai és demográfiai hátterét (Cross et al., 2023; Edge Hill University, 2023), valamint a játékok működését (Trammell et al., 2014). Nem hagyható figyelmen kívül a társasjáték-bárok és -kávézók társadalmi és kulturális jelentősége sem. E helyszínek nem pusztán játéktérként funkcionálnak, hanem komplex közösségi terekként is, ahol a résztvevők személyes interakciók révén tapasztalatokat cserélhetnek, új játékelményeket szerezhetnek, és közösségi identitásuk is erősödhet. A társasjáték-kávézók működése szorosan összefügg a lokális közösségek dinamizmusával, a technológiai infrastruktúra hozzáférhetőségével, valamint az aktuális kulturális trendekkel. Mindemellett fontos szerepet játszhatnak a játék- és e-sportkultúra terjedésében, illetve a digitális és offline szórakozási formák közötti kapcsolódási pontok megteremtésében is (Sun, 2017).

A globalizációnak köszönhetően egyre több társasjátékot importálnak és adnak ki magyar nyelven a terjesztők, valamint a magyar fejlesztésű és vonatkozású társasjátékok száma is folyamatosan gyarapszik. A szórakozásnak ez a formája egyre inkább belekerül a köztudatba és lassan, de biztosan változik pozitív irányba a társasjátékok megítélése a társadalomban, legyen szó csapatépítő módszerről (Demeter, 2024), érzékenyítésről (Koller-Bruszt, 2023), vagy akár pénzügyi befektetési lehetőségről. Vajon a társasjátékok egyre szélesebb körű terjedése hogyan nyilvánul meg a pénzügyi oldalon? Mennyire van hatással ez a trend a magyar piac alakulására? Vajon mennyire hasonlítanak a magyar társasjátékos

gazdasági trendek a nemzetközi adatok alakulásához? Ezekre a kérdésekre keressük a választ ebben a cikkben.

2. ADATGYŰJTÉS ÉS ÖSSZEFÜGGÉSEK

A kutatás első fázisa a magyarországi társasjátékpiacon részletes feltérképezésére irányult, különös figyelmet fordítva a piaci szereplők kategorizálására és a pénzügyi háttér feltárására. A vizsgálat során három fő célcsoportot különböztettünk meg: (1) társasjátékokra specializálódott vállalatokat, (2) olyan cégeket, amelyek társasjátékokat is forgalmaznak, de portfóliójuk egyéb termékeket – például könyveket, játéktárgyakat, gyerekjátékokat – is tartalmaz, valamint (3) társasjáték-kiegészítőket – például kártyavédőket, rendezőket, figurákat – gyártó vagy forgalmazó cégeket. Ez a kategorizálás lehetővé tette a releváns szereplők pontosabb elkülönítését és összehasonlítását a vizsgálat további szakaszaiban.

A pénzügyi elemzés során átfogó szempontokat alkalmaztunk a piaci folyamatok valós megértése érdekében. Figyelembe vettük az infláció hosszú távú hatását, a forint árfolyamának változásait a főbb devizákhoz – elsősorban az amerikai dollárhoz – képest, valamint a fogyasztói vásárlóerő alakulását, amely jelentős mértékben befolyásolja a piaci keresletet és a termékárak emelkedését. Az elemzés első lépéseként a legnagyobb társasjáték-tevékenységgel rendelkező hazai cégeket azonosítottuk. Ezek cégnevét és cégjegyzékszámát rögzítettük, majd ezek alapján az Igazságügyi Minisztérium hivatalos Céginformációs és Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálatának weboldaláról (https://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/beszamolo_kereses) kigyűjtöttük a vállalatok éves pénzügyi beszámolóiban szereplő nettó árbevétel adatokat. A Céginformációs rendszer az adatokat 2000-től kezdődően tartalmazza, így a 2000 előtt alapított cégek esetében teljes körű idősort tudtunk elemezni. Az újabb vállalatok esetében – amelyek a 2000 utáni időszakban alakultak – értelemszerűen korlátozott mennyiségű adat állt rendelkezésünkre; ezeknél a vállalatoknál a cégalapítást követő első teljes üzleti évtől kezdve dolgoztunk az elérhető pénzügyi információkkal. Az inflációs adatokat éves indexek alapján korrigáltuk (HR Portál), míg a devizaárfolyamok alakulását a hivatalos közlések (MNB) és tanulmányok (Danyi, 2019) alapján követtük nyomon. A nemzetközi pénzügyi trendek és a globális társasjátékpiacon összehasonlítható adatai a világ vezető piackutatási platformja adatbázisából származnak (Statista). A társasjátékos weboldalak látogatottságához és népszerűségéhez szükséges adatokat a SimilarSites (<http://similarsites.com/>) és a SimilarWeb (<https://www.similarweb.com/>) online adatbázisok segítségével gyűjtöttük össze, amelyek különböző weboldalak forgalmi adataira és hasonlósági kapcsolataira épülnek. A vizsgált weboldalak kiválasztása során először felkutattuk és összegyűjtöt-

tük a társasjátékokkal foglalkozó magyar és nemzetközi portálokat. Ezt követően kizártuk azokat az oldalakat, amelyek tartalmuk vagy rendeltetésük alapján nem bizonyultak relevánsnak az adott fejezet témája szempontjából. A szűrés után a fennmaradó oldalak közül a legnagyobb látogatottsággal rendelkező portálokat választottuk ki a vizsgálathoz.

A vizsgálat szerves részét képezte a társasjátékok típusainak, árazásának és piaci jelenlétének elemzése is. Ennek megvalósításához elsőként szükség volt a legmegbízhatóbb és legnépszerűbb, társasjátékokkal foglalkozó weboldalak azonosítására. A vizsgált oldalak kiválasztása során először összegyűjtöttük a releváns hazai és nemzetközi portálokat, majd az így kapott több tucat oldal közül kizártuk azokat, amelyek tartalmuk vagy rendeltetésük alapján nem bizonyultak relevánsnak az adott fejezet témája szempontjából. A szűrési folyamatot követően a legnagyobb látogatottsággal rendelkező portálokat választottuk ki az elemzéshez. Ennek eredményeként a legfontosabb adatforrásoknak a BoardGameGeek (Similarweb) – röviden BGG – és a tarsasjatekok.com adatbázisai bizonyultak, amelyek a társasjátékok technikai, tematikai és értékelési jellemzőiről részletes és strukturált nyilvántartást adnak. A társasjátékok árának időbeli alakulása tanulmányozásához először áttekintettük mind az ÁrGép, mind pedig az Árkereső online ár-összehasonlító portálokat, azonban az utóbbit választottuk elsődleges forrásként, mivel ez jelentősen részletesebb és hosszabb időtávra visszamenőleg is hozzáférhető adatokat kínált a vizsgált játékok fogyasztói áraival kapcsolatban. Összességében az adatgyűjtési szakasz során komplex és többdimenziós adatforrásokra támaszkodtunk, amelyek lehetővé tették a hazai társasjátékpiacon pénzügyi, piaci és strukturális jellemzőinek átfogó, empirikusan megalapozott feltárását.

3. A TÁRSASJÁTÉKPIAC ÁTTEKINTÉSE

A globális piac mérete 2020-ban meghaladta a 9 milliárd amerikai dollárt, és előrejelzések szerint évi több mint 10%-os növekedési ütemmel bővíthet (Elad, 2025). A legnagyobb piacok Észak-Amerikában, Nyugat-Európában és Ázsiában találhatók (Statista Market Forecast).

A társasjátékok iránti érdeklődés Magyarországon elsősorban a fiatal, városi, aktív életmódot folytató csoportok körében figyelhető meg (Kiss–Kökény, 2018). Ez a népszerűség az elmúlt években jelentős átalakuláson ment keresztül, amit a nemzetközi és hazai online közösségek fokozódó aktivitása is jól tükröz. A BoardGameGeek a világ egyik legnagyobb társasjátékos adatbázisa és közösségi platformja, kiemelkedő szerepet játszik ebben a folyamatban. A BGG-n a felhasználók megadhatják lakóhelyüket, ami lehetővé teszi a regionális közösségek

kialakulását és az országokénti statisztikák elemzését. Egy 2008-as (Darren), egy 2015-ös (Orosz), valamint egy 2024-es (Larchenko) elemzés összehasonlítása alapján megállapítható, hogy Magyarország mind a regisztrált felhasználók számát, mind az aktív játékosok arányát tekintve kiemelkedő pozíciót foglal el nemzetközi összehasonlításban.

A magyar társasjátékos közösség növekvő aktivitása és az érdeklődők számának dinamikus növekedése (Németh, 2024) nemcsak az online jelenlétben, hanem a hazai kiadók és terjesztők fokozódó tevékenységében is megmutatkozik. A Reflexshop például hangsúlyozza, mennyire fontos, hogy a saját kiadású játécai is elérhetők legyenek a BGG-n, ami hozzájárul a nemzetközi láthatósághoz és a nagyobb számú közösségi értékelésekhez (Reflexshop). Összességében elmondható, hogy a magyar társasjátékos szokások egyre inkább integrálódnak a nemzetközi közösségekbe, és a hazai játékosok aktív szereplői a globális társasjátékos diskurzusnak (Statista Market Forecast, 2025; Trademagazin, 2024). Ez a tendencia várhatóan tovább erősödik, ahogy a digitális platformok és a közösségi média egyre nagyobb szerepet kap a társasjátékok népszerűsítésében és terjesztésében. Már azt is vizsgálják, mi ennek a növekedésnek a pszichológiai és demográfiai háttere

A piac szerkezete jelentős átalakuláson megy keresztül: az e-kereskedelem előretörése, a közösségi finanszírozási modellek (pl. Kickstarter) népszerűsége és a niche-termékek (Marketing Blogger, 2024) iránti kereslet diverzifikálta a forgalmazási csatornákat. A 90-es évek elején a videojátékok visszaszorították a társasjátékok népszerűségét (Bornstedt, 2024), ami új, összetettebb (Euro) játékok megjelenését idézte elő, és elhozta a társasjátékok újabb reneszánszát. Az offline játékok idővel olyannyira népszerűek lettek, hogy 2018-ban már több társasjáték került fel a Kickstarterre, mint videojáték (Trammell, 2019). Emellett megfigyelhető a társasjátékok digitalizációja – egyre több játék kapható mobilalkalmazásos vagy hibrid formában (Leorke, 2018), amely ötvözi a fizikai és digitális élményt (Adorján–Bednárík, 2025). Nemcsak a hagyományos, fizikai társasjátékok népszerűsége növekszik, hanem a digitális és virtuális változatok is egyre jelentősebb szeletet hasítanak ki a piacból, új dimenziót adva a játékelménynek. Ez az iparág 2023-ra már elérte a 3,5 milliárd dollárt és szakértő elemzők szerint várhatóan 2033-ra akár 8 milliárd fölé is nőhet (Data Horizon Research, 2025). A társasjátékok digitális formátumai számos előnnyel és hátránnyal járnak a hagyományos, fizikai változatokhoz képest. Előnyük, hogy a játék előkészítése gyorsabb, a szabályok automatikus kezelése egyszerűbbé és gördülékenyebbé teszi a játékmenetet, valamint távolról is lehetővé teszi a játékosok részvételét. Ugyanakkor a személyes jelenlét hiánya és a közvetlen emberi interakciók csökkenése miatt ezek az élmények gyakran kevésbé intenzívek társasági és érzelmi szempontból (Chukusol et al., 2022). Így, míg a digitális társasjátékok praktikus és elérhető alternatívát kínálnak, különösen a földrajzilag távol lévő játékosok számára, a fizikai játékok

továbbra is fontos szerepet töltenek be a közösségi élmények és a társas kapcsolatok elmélyítésében. Az egyik legismertebb és legnagyobb online társasjátékplatform a Board Game Arena (röviden BGA), amely 2010-ben indult el, eredetileg Franciaországban, elsősorban online bajnokságok lebonyolítására. Az első nyolc év során a növekedés fokozatos volt, évente átlagosan mintegy 125 ezer új regisztrált felhasználóval, mígnem 2018-ban elérte az egymillió fős bázist. Ebben az évben jelent meg a platformon az első nagyobb kiadó, az Asmodee népszerű játéka, a 7 csoda (7 Wonders), amely jelentős lendületet adott a felhasználószám növekedésének. 2021-re a regisztrált fiókok száma meghaladta az ötmilliót, majd ugyanebben az évben az Asmodee hivatalosan is felvásárolta a BGA-t, ami tovább gyorsította a terjeszkedést (Didymus, 2024). 2024-re a platform átlépte a 10 millió regisztrált felhasználót, amihez hozzájárult a COVID-19 világjárvány idején tapasztalt fokozott online aktivitás is. A 2021 és 2024 közötti időszakban évente átlagosan 1,7 millió új regisztráció történt (Asmodee, 2024; Board Game Arena, 2020). Fontos megjegyezni, hogy a megadott adatok a regisztrált fiókok számát tükrözik, nem pedig az aktív felhasználókéét. Jelenleg több mint 900 különböző társasjáték érhető el a platformon, és a felhasználók havonta közel 5 millió órányi játékidőt töltenek el. Egyes népszerű címek, mint például az Azul, akár 90 000 aktív játékoskal is rendelkeznek.

A másik kiemelkedően népszerű digitális társasjátékos platform a Tabletop Simulator, amely 2015-ös megjelenését követően fokozatosan építette ki felhasználói bázisát. Öt év elteltével – 2020 elején – a napi aktív játékosok száma már megközelítette az 5.000 főt. A platform népszerűsége azonban 2020 áprilisában mutatott drámai növekedést, amikor a világjárványhoz kapcsolódó kijárási korlátozások és társadalmi távolságtartási intézkedések következtében a játékosszám ugrásszerűen megnőtt, és időszakosan meghaladta a 37 000 főt. Ez a növekedés egyértelműen összefüggésbe hozható a COVID-19 pandémia által kiváltott online közösségi alternatívák iránti fokozott igényvel, különösen a társas interakciók digitális térbe való áthelyeződésével. Bár az ezt követő időszakban a felhasználószám (kisebb kiugrásokat leszámítva) jelentősen csökkent, az aktuális adatok alapján továbbra is stabil, 10.000 fő körüli aktív játékosbázis jellemzi a platformot. Ez arra utalhat, hogy a pandémia által generált digitális áttörés hosszabb távon is képes volt hozzájárulni az online társasjátékozás elterjedésének növekedéséhez (SteamDB, 2025).

A fogyasztói magatartás szintén átalakulóban van: növekszik az egy főre jutó költség, és egyre jellemzőbb a tematikus, összetettebb játékok iránti érdeklődés. A fiatal felnőttek és a családostok mellett új célcsoportként jelentkeznek az idősebb generációk is, akik számára a társasjátékozás nem csak szellemi aktivitást és közösségi élményt nyújt, de a kognitív képességek fenntartásában és a demencia elkerülésében is hasznos szerepet játszik (Dartigues et al., 2013) 32.2% reported regular board game playing. Eight-hundred and forty participants developed

dementia during the 20 years of follow-up. The risk of dementia was 15% lower in board game players than in non-players (HR=0.85, 95% CI 0.74 to 0.99; $p=0.04$). A COVID-19 járvány idején ugrásszerűen megnőtt az otthoni szórakoztatás iránti kereslet, ami pozitív hatással volt a társasjátékok értékesítésére (Embracer Group, é. n.; Matalucci, 2021; Sweney, 2021), különösen az online rendelések és házhoz szállítási lehetőségek révén. A pandémia után a piac nem tért vissza a korábbi szintre, hanem új, tartós szokások alakultak ki, amelyek megerősítették a társasjátékok helyét a szabadidős piacon.

A társasjátékok iránti növekvő keresletet jól szemlélteti, hogy míg 1980 és 2000 között csupán valamivel több mint kétszeresére emelkedett az évente megjelent társasjátékok száma, addig a következő tizenkilenc év során már közel négyszeres növekedés figyelhető meg (Rapson, 2020). Ez az adat arra utalhat, hogy a piacnak egyre szélesebb, sokrétűbb igényeket támasztó fogyasztói réteget kell kiszolgálnia, valamint arra is, hogy a játékosok körében egyre erőteljesebb az újdonságok iránti igény.

A magyar társasjátékpiacon részese ennek a globális fellendülésnek. Bár mérete elmarad a nagyobb piacoktól, a hazai kiadók és fejlesztők egyre aktívabban vesznek részt a nemzetközi versenyben, akár saját fejlesztésű játékokkal, akár licencelt termékek lokalizálásával. Az iparág fejlődése azonban nemcsak gazdasági, hanem kulturális és társadalmi szempontból is jelentős, hiszen hozzájárul a közösségi élmények megerősítéséhez, valamint a kreatív ipar bővüléséhez Magyarországon.

4. HAZAI GAZDASÁGI ADATOK

A következőkben a hazai társasjátékpiacon legnagyobb szereplőinek – kiadóknak és forgalmazóknak – listája, valamint bevételi adatainak összevetése olvasható. Mivel a kiadási, terjesztési és egyéb kapcsolódó tevékenységek gyakran külön jogi entitásokhoz tartoznak, az adatgyűjtés során ezeket a cégeket külön-külön azonosítottuk. Az így kapott adatokat az összehasonlíthatóság érdekében egységesen összesítve – vagyis összetartozó cégek adatait összeadva – szerepeltetjük a táblázatokban és diagramokban. Összesen tizennégy releváns vállalkozást választottunk ki, amelyek a magyar társasjátékpiacon meghatározó gazdasági szereplőinek tekinthetők. Természetesen a piacon számos további cég is jelen van, ám ezek nem szerepelnek az elemzésben. A kizárás leggyakoribb indokai közé tartozik, hogy az adott vállalkozás termékkínálatának többségét nem a társasjátékok és azok kiegészítői teszik ki, hanem egyéb, eltérő profilú termékek dominálnak, nem rendelkezik saját fejlesztésű vagy kiadású játékokkal, vagy a vizsgált listában már szerepelnek hasonló profilú, nagyobb bevételt generáló cégek – esetenként e tényezők együttesen is érvényesültek. Példaként említhető a GémWiz, amely

elsősorban külföldi játékok magyar nyelvű szabállyal kiegészített változatait forgalmazza, azonban a listában több, jelentősebb piaci szereplő is megtalálható, ezért nem került be a vizsgált körbe. Hasonlóképpen a MindClash Games, ami bár valóban a világ egyik legismertebb magyar társasjátékfejlesztő cége, de több országban folytatott tevékenysége miatt kizárólag a magyar adatok elemzése nem nyújtana torzításmentes képet. Megemlíthető továbbá a Lycan Stúdió is, amely döntően magyar fejlesztőkből álló, nemzetközi szinten működő kiadóként szintén kívül maradt a jelen vizsgálat keretein. A részletes adatok az 1. táblázatban találhatók. A cégekre vonatkozó további információk (hivatalos cégnevek és cégjegyzékszámok) az 1. mellékletből olvashatók ki.

1. táblázat

Magyar társasjátékos cégek

Név	Portfólió és legismertebb termékek	Weboldal
Reflexshop	Unmatched, Egy szép új világ, Iki, Nidavellir, Hive	https://reflexshop.hu/
Gémklub	Pandemic, Ark Nova, Dixit, Fedőnevek, Kingdomino, Cascadia	https://www.gemklub.hu/
Compaya	Patchwork, Clinic Rush, Kuruzslók, Qwirkle, Ganz schön clever	https://www.compaya.hu/
Vagabund	Claim, Arborétum, Királyi áru	https://jojatekjoaron.hu/
Piatnik	Catan, Century, Carcassonne, Aranyások, Alhambra, és kirakósok	https://www.piatnik.hu/
Delta Vision	Fesztáv, Rettégés Arkhamban, Star Wars játékok, szerepjátékok, képregények, mangák és könyvek	https://www.deltavision.hu/
Granna	CV, CVlízációk, Sherlock 13, Szörnyszekrény	http://www.granna.hu/
Hasbro	Monopoly, Cluedo, DnD	https://products.hasbro.com/hu-hu
Pagony	könyvek és társasjátékok	https://www.pagony.hu/
Keller & Mayer	Kutyavilág, A titkos ajtó, Mátyás, Bogyó és Babóca játékok	https://kelleresmayer.hu/
Szellemlovas	nem saját kiadványok: hazai és import társasjátékok és kiegészítők, könyvek, képregények	https://www.szellemlovas.hu/
Régió Játék	társasjátékok minden kiadótól, és egyéb gyerekjátékok	https://www.regiojatek.hu/
Private Moon Studios	saját készítésű társasjátékok kiadása, zenei produkciók	https://privatemoonstudios.hu/
Meeple Stickers	saját készítésű társasjáték matricák és egyéb kiegészítők	https://meeplestickers.com/

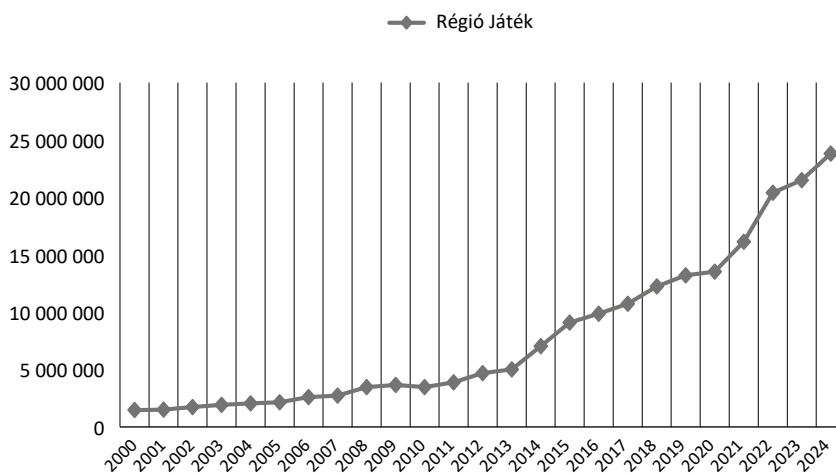
Forrás: Saját szerkesztés a cégek webes felületein fellelhető nyilvános adatok alapján

Az alábbi diagramok a hazai társasjátékpiacon szereplőinek nettó árbevételi adatait szemléltetik a 2000 és 2023 közötti időszakban. Az ábrák három külön kategóriára bontva mutatják be a 6 legnagyobb – köztük külön szerepeltetve a Régió Játékot a jelentős volumenbeli eltérés miatt –, valamint a 8 kisebb szereplő éves árbevételeit, ezer forintban kifejezve (1., 2., 3. ábra). A cégeket az általuk elért legmagasabb éves árbevétel alapján rangsoroltuk.

Külön kiemelandő módszertani megjegyzés, hogy az egyes diagramokon eltérő y tengely-skálákat alkalmaztunk. Ennek oka az árbevételi szintek közötti jelentős különbségek: a legnagyobb forgalmú cégek, különösen a Régió Játék, olyan mértékben haladják meg a többi szereplő bevételeit, hogy egyetlen, közös skálán történő ábrázolás az alacsonyabb bevételű cégek értékeit torzította vagy értelmezhetetlenné tette volna. Ezért az adatmegjelenítés átláthatósága és az összehasonlíthatóság biztosítása érdekében a diagramokat elkülönítve, arányosított skálák szerint szerkesztettük meg.

1. ábra

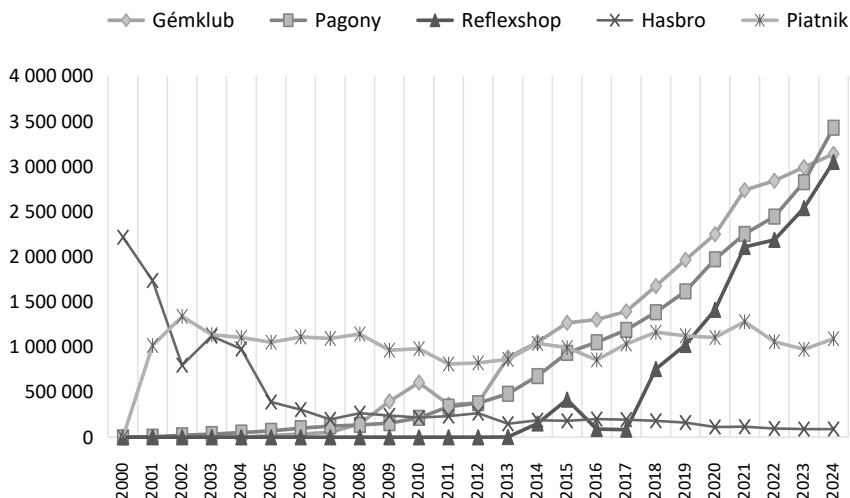
A Régió Játék nettó árbevétele 2000-2023-ig (eFt)



Forrás: Saját diagram. *Forrásadatok:* Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat

2. ábra

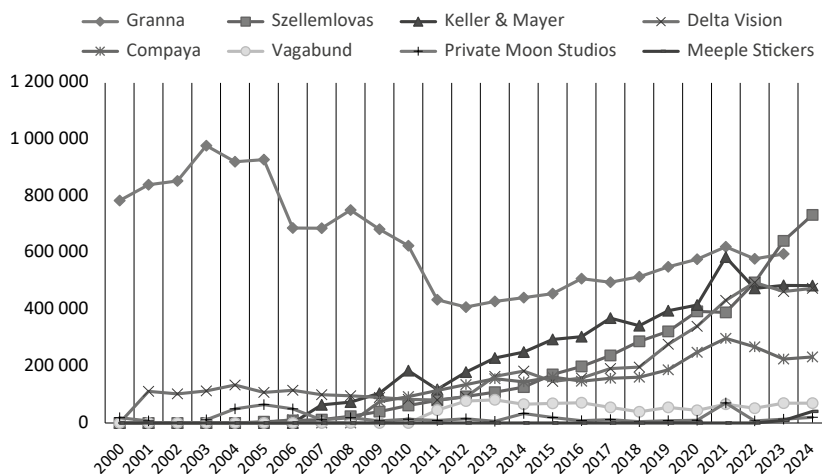
A 2-6. legnagyobb hazai társasjátékos cég nettó árbevétele 2000-2023-ig (eFt)



Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat

3. ábra

További 8 hazai társasjátékos cég nettó árbevétele 2000-2023-ig (eFt)



Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat

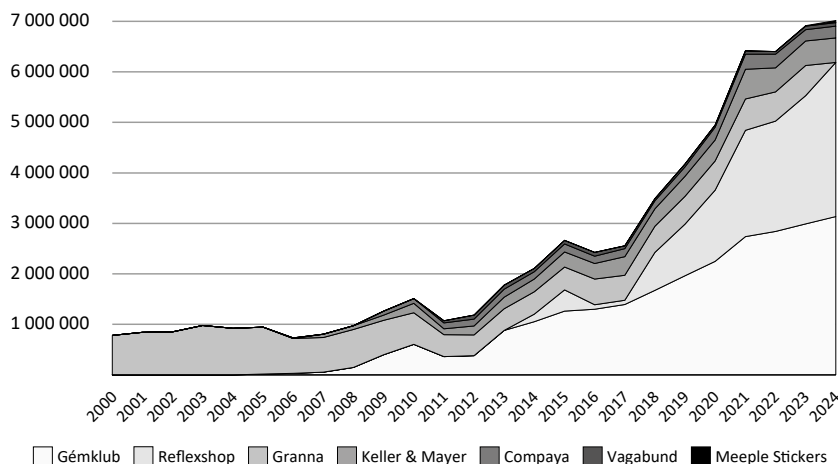
A diagramok tanúsága szerint a hazai társasjátékpiac az elmúlt évtizedek során jelentős strukturális átalakuláson ment keresztül. Míg korábban a Hasbro töltötte be a piacvezető szerepet, napjainkra az ötödik helyre szorult vissza, miközben több, kifejezetten társasjátékokra specializálódott újabb piaci szereplő megelőzte. Ez a változás jól tükrözi a társasjátékos kultúra átrendeződését: míg a Hasbro kínálatában továbbra is főként klasszikus, egyszerűbb, jellemzően családi játékok dominálnak – mint például a Torpedó, Monopoly, Cluedo, Tabu, Rizikó vagy Twister –, amelyek korábban hosszú éveken át uralták a piacot (FUN Monster, 2023), addig a jelenlegi trendek inkább az összetettebb, sokszor felnőtt vagy idősebb célcsoportokat megcélzó játékokat részesítik előnyben (Percival, 2015; Saint, 2021; Schubak–Linden, 2018). Ebbe a kategóriába sorolhatók az olyan játékok, amelyek bár nem feltétlenül bonyolultabbak szabályrendszerükben, mégis mélyebb gondolkodást, döntéshozatalt vagy szociális érzékenységet igényelnek (pl. *Fedőnevek*), illetve olyan társasjátékok is, amelyek komolyabb, önismereti vagy akár tabutémákat érintő tartalommal bírnak (pl. *Soulmate*, *Ego*), vagy éppen korhatáros, felnőtteknek szánt party-játékok (pl. *Cards Against Humanity*, *Villamos dilemma*) (Fields, 2025).

A következő ábrában (4. ábra) kizárólag azokat a cégeket vettük figyelembe, amelyek elsődleges profilja a társasjátékok fejlesztése, kiadása és terjesztése – beleértve a szerepjátékokat és kiegészítő termékeket is –, ugyanakkor kizártuk azokat, amelyek elsősorban nem társasjátékkal foglalkoznak. Így kikerült a listáról a Régió Játék, a Piatnik és a Hasbro, mivel jelentős részben hagyományos játékokat (pl. gyerekjátékok, kirakók, akciófigurák) forgalmaznak. Hasonló okokból nem szerepel a Pagony, a Szellemlovas és a Delta Vision sem, tekintettel könyvterjesztési tevékenységükre, míg a Private Moon Studios esetében a zenei profil torzította volna a társasjáték-specifikus eredményeket.

A fennmaradó, tisztán társasjáték-fókuszú cégek árbevételi adatai alapján készült 4. ábra világosan szemlélteti, hogyan vált a Gémklub és a Reflexshop a hazai piac két meghatározó kiadójává, amelyek az elmúlt évek során fokozatosan kiszorították a korábbi domináns szereplőket, így különösen a Hasbro-t és a Granna-t.

4. ábra

Kizárólag társasjátékokkal foglalkozó cégek nettó árbevétele (eFt)



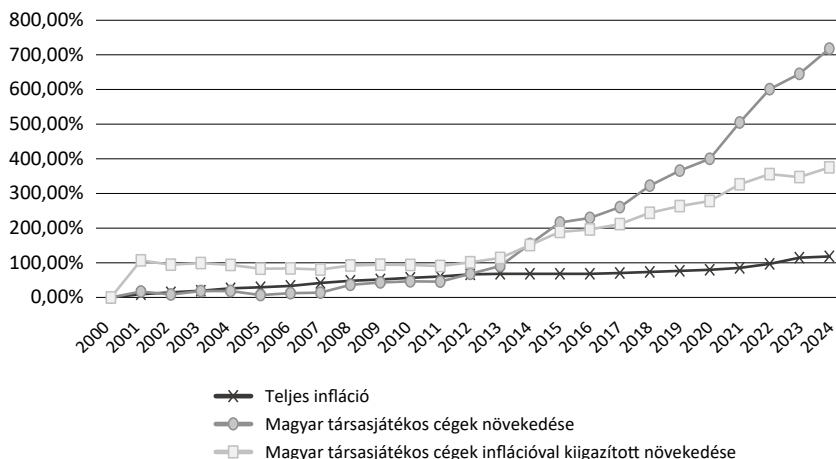
Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat

Az egyes évek árbevételi adatainak közvetlen összehasonlítása torzító hatású lehet, amennyiben nem vesszük figyelembe az infláció hatását. Reálértéken ugyanis nem állapítható meg megalapozottan az iparági növekedés mértéke pusztán nominális adatok alapján. Ezért elengedhetetlen az inflációval korrigált elemzés, amely lehetővé teszi a gazdasági teljesítmény valós értéken történő értékelését.

Az 5. ábra ezt a megközelítést alkalmazva szemlélteti, hogyan alakult a magyarországi társasjáték-kiadók és -forgalmazók bevétele az inflációhoz viszonyítva a vizsgált időszakban. Az inflációval kiigazított adatok alapján is egyértelműen kimutatható az iparág dinamikus fejlődése: 2000 és 2024 között a hazai társasjáték-piac reálértéken közel 400%-os árbevétel-növekedést ért el. Ez a tendencia egyértelmű jele annak, hogy nem csupán a nominális növekedés mutat kedvező képet, hanem a szektor valódi, gazdasági értelemben vett bővülése is kimutatható.

5. ábra

Magyar társasjátékos cégek növekedése



Forrás: Saját diagram. Források: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, HR Portál.

4.1. Társasjátékok árának alakulása az elmúlt 10 évben Magyarországon

Az eddig bemutatott adatok alapján egyértelmű tendenciaként rajzolódik ki a magyar társasjátékpiacon folyamatos növekedése. Ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy az árbevétel emelkedése mögött többféle gazdasági és piaci tényező is állhat. A növekedés nem feltétlenül kizárólag a fogyasztás volumenének bővüléséből fakadhat, hanem eredhet például abból is, hogy az újonnan megjelenő társasjátékok drágábbak, mivel egyre összetettebbek, több alkotóelemből állnak, vagy éppen magasabb előállítási és beszerzési költségekkel járnak. Ezen felül az általános áremelkedés – különösen az infláció hatása – szintén hozzájárulhat ahhoz, hogy a játékok végfelhasználói ára jelentősen emelkedjen. További befolyásoló tényezők lehetnek a nemzetközi ellátási láncok változásai, az alapanyagárak növekedése, vagy akár a globális és hazai politikai-gazdasági instabilitás is.

A következő táblázat konkrét társasjátékok magyar nyelvű első kiadásától kezdve követik nyomon azok árának alakulását 2024-ig. Az elemzés során minden esetben kizárólag egy adott, meghatározott változatot vizsgáltuk – rendszerint a legnépszerűbb vagy legerősebb kiadást –, annak érdekében, hogy az ármozgások kizárólag a piaci folyamatok hatásait tükrözzék. Többféle kiadás bevonása ugyanis jelentős torzulást okozott volna az összehasonlíthatóságban, mivel az eltérő példányszám, minőség, tartalom, méret, gyártási helyszín vagy anyaghasz-

nálat mind érdemben befolyásolhatja az árat, anélkül, hogy valós piaci árváltozást jelezne. Ezért a vizsgálat célja nemcsak az infláció vagy a kereslet alakulásának kimutatása volt, hanem az egyes játékok árának alakulásán keresztül a piac szerkezetének és a fogyasztói árképzés logikájának feltárása is. A tanulmányba bevont játékokat elsősorban a BGG és a tarsasjatekok.com segítségével, több szempont alapján választottuk ki, ideértve a népszerűséget, a felhasználói értékeléseket, valamint azt, hogy rendelkeznek-e hazai kiadással, elérhetőek-e jelenleg is a piacon, továbbá előnyben részesítettük azokat a játékokat, amelyek régebben jelentek meg, mivel ezekről több adat áll rendelkezésre.

2. táblázat

Társasjátékok árainak alakulása

Játék címe	Árváltozás 2024-re	játék típusa
Activity	157%	egyszerűbb, mainstream
Catan telepesei	152%	egyszerűbb, mainstream
Cluedo	149%	egyszerűbb, mainstream
Monopoly (2013)	238%	egyszerűbb, mainstream
Monopoly (2017)	136%	egyszerűbb, mainstream
Ticket to Ride: Európa	143%	egyszerűbb, mainstream
Uno	172%	egyszerűbb, mainstream
Ki nevet a végén?	137%	egyszerűbb, mainstream
Fedőnevek	118%	egyszerűbb, mainstream
Tokió királya	134%	egyszerűbb, mainstream
Fekete történetek 1	121%	egyszerűbb, mainstream
Pandemic	161%	összetettebb, gamer
Rettegés Arkhamban (2. kiadás)	96%	összetettebb, gamer
Rettegés Arkhamban (3. kiadás)	174%	összetettebb, gamer
7 csoda - Párbaj	109%	összetettebb, gamer
Scythe	132%	összetettebb, gamer
Azul	154%	összetettebb, gamer
Kuruzslók Quedlinburgban	117%	összetettebb, gamer
Nemesis	117%	összetettebb, gamer
Cascadia vadvilága	108%	összetettebb, gamer
Ark Nova	93%	összetettebb, gamer

Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Árukereső

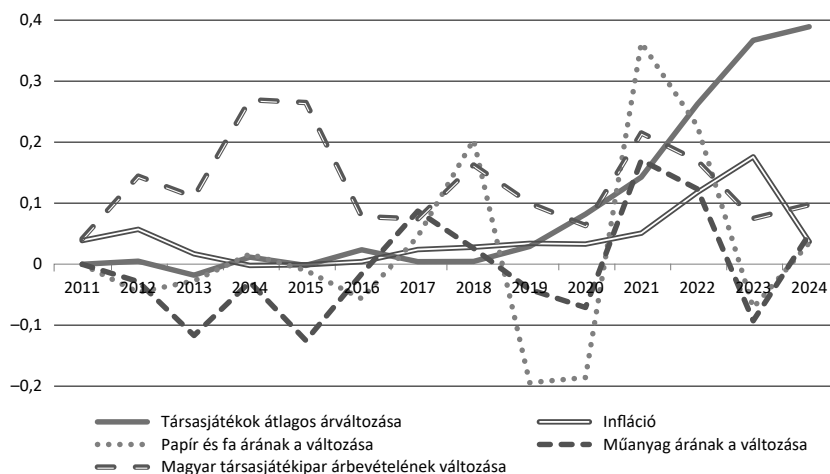
A táblázat alapján jól látható, hogy a vizsgált társasjátékok többségének ára hosszabb távon – eltérő mértékben ugyan, de – egyértelműen növekvő tendenciát mutat. Ez az összefüggés azonban újabb releváns kérdéseket vet fel, amelyek pontosabb megértése szükséges a piac strukturális változásainak mélyebb feltárásához.

Elsőként felmerül, hogy az árnövekedés milyen tényezők hatására következett be: kizárólag az általános inflációs nyomás érvényesült, vagy az alapanyagok – például műanyag, fa, papír – drágulása is érdemi szerepet játszott? A társasjátékok alapvető komponensei közé tartoznak a papírból készült dobozok, táblák és kártyák, valamint a műanyagból és fából előállított figurák és egyéb játékelemek. Ezért a következő *diagramon* ezen alapanyagok árának változásait is ábrázoltuk, hogy érzékeltesük, miként befolyásolták ezek az anyagköltségek az egyes játékok előállítási költségeit és ezáltal az árképzést. Ugyanakkor nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy egyes játékok árát a készletek apadása és az ebből fakadó másodpiaci értéknövekedés is befolyásolhatta.

E kérdések kapcsán különösen fontos annak vizsgálata, hogy a magyar társasjátékipar árbevételének növekedése vajon főként az egységárak emelkedéséből fakad-e, vagy valóban a kereslet bővülésére, vagyis a társasjátékok iránti fokozódó társadalmi és kulturális érdeklődésre vezethető vissza. E dilemmák megválaszolásához nyújt támpontot a következő, 6. ábra, amely az értékesítési mennyiségek és az árak változásának viszonyát vizsgálja:

6. ábra

Társasjátékok árához kapcsolódó adatok alakulása



Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, Federal Reserve Bank of St. Louis (Federal Reserve Bank of St. Louis, 2024-1; Federal Reserve Bank of St. Louis, 2024-2)

Az eredmény felettébb érdekes. A statisztikai elemzések alapján a fa és a műanyag árának változása között volt a legegységesebb összefüggés, mivel 13 évből 12 esetben az áremelkedés vagy -csökkenés iránya azonos volt, az éves változások korrelálnak: ha az egyik drágul, a másik is, és ugyanez igaz fordítva, bár a változás mértéke ugyanakkor gyakran különbözik. Ennek oka lehet például, hogy a fa és a műanyag is alapvető nyersanyagok, amelyeket a globális kínálati és logisztikai láncok (pl. szállítási költségek, energiaárak, COVID-hatások, háborúk) befolyásolnak, valamint a párhuzamos ipari felhasználásuk miatt is lehet szinkronizált ármozgás: pl. az építőipar, csomagolás, bútór- vagy játékipar egyszerre veszi igénybe őket.

Az adatok elemzése alapján a társasjátékok átlagos árváltozása és a magyar társasjátékipar árbevételének változása között nem mutatható ki egyértelmű kapcsolat. A Pearson-Khi-négyzet teszt alapján a két változó közötti kapcsolat szignifikanciája 0,233, ami meghaladja a 0,05-ös szintet, tehát a kapcsolat statisztikailag nem szignifikáns. A Goodman és Kruskal tau értéke 1,000, ami azt jelzi, hogy a két változó között nem valósul meg erős kapcsolat. Az árak és az árbevétel közötti összefüggést tovább árnyalhatja, hogy az egyes évek során jelentős árnövekedés és az infláció, valamint az alapanyagok árváltozásai is változóan hatottak a piaci trendekre. Ennek okai lehetnek egyéb keresleti tényezők, mint például a piaci koncentráció és a marketingkampányok.

A fa és műanyag árának változásai szorosabb kapcsolatot mutatnak a társasjátékok árváltozásaival. Az elemzés szerint, míg az anyagköltségek (fa és műanyag) az évek során jelentős ingadozást mutattak, a társasjátékok ára ezekhez igazodva változott, de nem mindig következetesen. Például 2021 és 2023 között, amikor az alapanyagok ára csökkent, a társasjátékok ára drámaian emelkedett, míg a 2011 és 2014 közötti időszakban az alapanyagok és a társasjátékok árváltozása kisebb eltéréseket mutatott. A statisztikai elemzés (Khi-négyzet teszt) a fa+műanyag árának és a társasjátékok árának kapcsolatát is viszonylag gyenge szignifikanciával jelzi (0,234), amely alátámasztja, hogy az alapanyagok árváltozása nem feltétlenül vezet az árak közvetlen emelkedéséhez, de mégis valamilyen szintű kapcsolatban állnak egymással. Az iparági árbevétel növekedése és az anyagköltségek között inkább gazdasági szinten is jelenlévő trendek és inflációs hatások rajzolódnak ki, de ezek komplexitása megnehezíti a pontos előrejelzést.

Az infláció kisebb hullámvázaira a társasjátékok forgalmazói nem reagálnak azonnal, ám a jelentősebb árváltozások iránya egyértelműen azonos, ahogy azt a 2021 és 2023 közötti időszak is jól példázza. 2019 és 2021 között a papír és fa árának növekedése meghaladta az 50%-ot, majd a következő 2 évben több mint 40%-os lett a csökkenés. A műanyag esetében is hasonló ingadozás figyelhető meg. A diagramból arra is következtethetünk, hogy az alapanyagárak növekedése a következő években mutatkozik meg igazán, viszont a magasra törő árak a költségek

csökkenésével is megmaradnak, ami részben a kiszámíthatatlan áringadozásoknak is köszönhető. Teljesen érhető, hogy amikor az árak jelentős, évről évre ismétlődő emelkedéseket mutatnak, a gyártóknak és kiadóknak magasabb árréssel kell számolniuk annak érdekében, hogy biztonságosan fedezni tudják költségeiket és megőrizzeik bevételeik stabilitását. Az eredményeket tovább tanulmányozva azt is megfigyelhetjük, hogy az éves nettó árbevétel és az alapanyagárak sok esetben együtt mozognak, ami viszont látszólag ellentmond a korábbi felvetésnek, miszerint a játékok árai nem követik szorosan az előállítási költségeket. Ennek két különböző oka lehet: az egyik az infláció, aminek alakulása megmagyarázhatja az árak trendjét. A másik pedig az, hogy az utóbbi évek eseményeinek hatására az emberek világszinten egyre jobban spórolnak, és így elsősorban a luxuscikkek vásárlását és a hobbiadásait csökkentik (Gilchrist, 2024), és azon belül is inkább a termékekről mondanak le, mint az élményekről (D'Arpizio & Levato, 2024). Ezek alapján levonhatjuk a következtetést, hogy mivel a társasjátékos cégek árbevétele nem növekszik arányosan a társasjátékok áraival, ezért valószínűsíthető, hogy az áremelkedés részben a kiszámíthatatlan gazdasági helyzet okozta spórolás hatására csökkenő kereslet miatti bevételkiesésnek is köszönhető.

Összességében elmondható, hogy a társasjátékok árára és az iparági árbevétel alakulására ható tényezők széles spektrumot ölelnek fel, így az adatok alapján egyértelmű, szoros összefüggés nem mutatható ki, és a jövőbeli árképzés előrejelzése is inkább a külső gazdasági tényezők függvénye. A válságok jelentős hatással vannak a vásárlói attitűdökre (Törőcsik et al., 2023), de a társasjátékipar összességében továbbra is növekszik, ami valószínűsíthetően annak köszönhető, hogy más hobbikhoz és időtöltésekhez képest olcsóbb és biztonságosabb. Persze vannak költségesebb játékok is, de ha összehasonlítjuk egy utazással, akkor azt látjuk, hogy nem csak olcsóbb, hanem biztonságosabb is, hiszen otthon ülve nem reális annak az esélye, hogy valaki megfertőz egy vírussal (Figueiredo et al., 2024), vagy épp sérülést szenvedünk egy konfliktus vagy terrortámadás következtében. Mivel ezek a félelmek egyre inkább gyökeret vernek az emberek tudatában (Korstanje, 2011), ezért vélhetően ez is hozzájárul ahhoz is, hogy az otthoni időtöltések egyre népszerűbbé válnak.

4.2. Magyar társasjátékos eladási adatok alakulásának összevetése a külföldi adatokkal

A következő táblázatban a társasjátékokkal foglalkozó cégek összbevételét inflációval kiigazított értékekre átszámolva mutatjuk be, annak érdekében, hogy pontosabb képet kapjunk a magyar társasjátékpiacon tényleges növekedési üteméről.

3. táblázat

Összbevételek alakulása 2000-től, és inflációval korrigált értékek

Év	Össz-bevétel (eFt)	Változás 2000-hez képest	Infláció	Infláció 2000-hez képest	Inflációval korrigált összbevétel	Változás inflációval	Változás előző évhez képest (inflációval)
2000	3 143 892	100%	0,00%	100,0%	3 143 892	100%	0%
2001	4 146 686	132%	9,20%	109,2%	3 797 332	121%	21%
2002	4 732 805	151%	5,30%	114,5%	4 133 454	131%	11%
2003	5 198 064	165%	4,70%	119,2%	4 360 792	139%	7%
2004	5 175 201	165%	6,80%	126,0%	4 107 302	131%	–8%
2005	4 439 182	141%	3,60%	129,6%	3 425 295	109%	–22%
2006	4 601 010	146%	3,90%	133,5%	3 446 449	110%	1%
2007	4 747 976	151%	8,00%	141,5%	3 355 460	107%	–3%
2008	5 629 896	179%	6,10%	147,6%	3 814 293	121%	15%
2009	5 981 185	190%	4,20%	151,8%	3 940 175	125%	4%
2010	6 181 719	197%	4,90%	156,7%	3 944 939	125%	0%
2011	6 139 937	195%	3,90%	160,6%	3 823 124	122%	–4%
2012	7 019 994	223%	5,70%	166,3%	4 221 283	134%	13%
2013	8 079 061	257%	1,70%	168,0%	4 808 965	153%	19%
2014	10 583 793	337%	–0,20%	167,8%	6 307 386	201%	48%
2015	13 336 040	424%	–0,10%	167,7%	7 952 320	253%	52%
2016	14 465 206	460%	0,40%	168,1%	8 605 120	274%	21%
2017	15 681 267	499%	2,40%	170,5%	9 197 224	293%	19%
2018	18 265 258	581%	2,80%	173,3%	10 539 676	335%	43%
2019	20 193 799	642%	3,40%	176,7%	11 428 296	364%	28%
2020	21 667 547	689%	3,30%	180,0%	12 037 526	383%	19%
2021	26 363 088	839%	5,10%	185,1%	14 242 619	453%	70%
2022	30 460 442	969%	11,80%	196,9%	15 470 006	492%	39%
2023	32 733 483	1041%	17,60%	214,5%	15 260 365	485%	–7%
2024	35 932 670	1143%	3,70%	218,2%	16 467 768	524%	38%

Forrás: Saját táblázat. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat

A táblázat egyértelműen rámutat arra, hogy az inflációval kiigazított adatok alapján a növekedés mértéke alacsonyabb, mint a nominális árbevétel által mutatott érték, annak felét éri el. Érdemes megemlíteni, hogy a legnagyobb bevételi in-

gadozások, valamint a jelentősebb visszaesések elsősorban a 2000-es években és 2023-ban voltak jellemzőek. Ezt követően ugyan kisebb visszaesésekkel tarkított, de összességében egyértelműen növekvő trend figyelhető meg a piac alakulásában. Különösen érdekes a 2023-as év, amikor a bevétel nominálisan jelentős, több mint 2 milliárd forintos növekedést mutatott, azonban a magas inflációs környezet miatt reálértéken csökkenésként értékelhető.

A következő táblázat és a hozzá kapcsolódó diagram (7. ábra) 2018-ig visszamenőleg, dollárban számolva mutatja be a magyarországi társasjáték-eladások változását, összehasonlítva a globális piaccal. A bevételek amerikai dollárra váltása szükséges annak érdekében, hogy a különböző árfolyam-ingadozások ne torzítsák a nemzetközi összehasonlítást, így realisabb képet kapunk a piaci dinamikáról mind hazai, mind nemzetközi viszonylatban.

4. táblázat

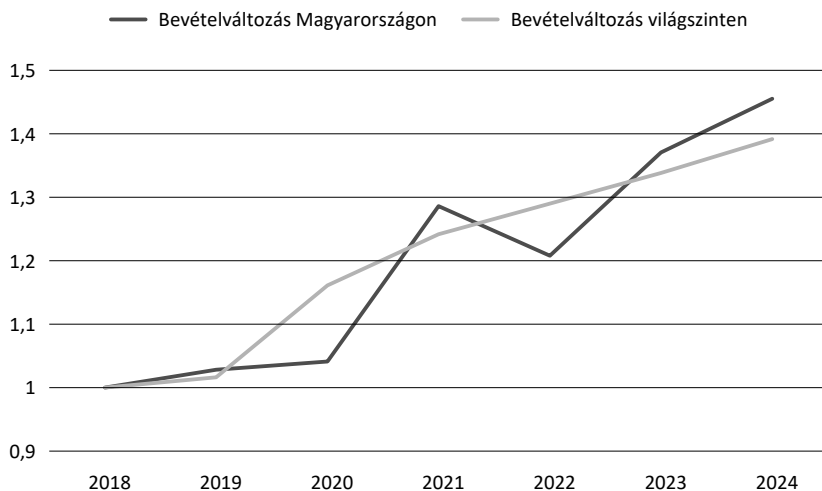
Társasjátékos bevételek változása Magyarországon és világszinten

Év	USD/HUF éves közép- árfolyam	Összbevétel (USD)	Bevételváltozás Magyarországon	Társasjátékok bevétele világszinten	Bevételváltozás világszinten
2018	270,25	24 808,95 USD	1	6 200 000 000 USD	1
2019	290,65	26 444,60 USD	1,065930093	6 300 000 000 USD	1,016129032
2020	307,93	28 830,46 USD	1,16209948	7 200 000 000 USD	1,161290323
2021	303,29	36 124,68 USD	1,456115096	7 700 000 000 USD	1,241935484
2022	373,12	29 477,09 USD	1,188163696	8 000 000 000 USD	1,290322581
2023	353,25	33 599,77 USD	1,354340849	8 300 000 000 USD	1,338709677
2024	365,24	98 380,98 USD	1,455630163	8 630 000 000 USD	1,391935484

Forrás: Saját táblázat. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, Statista, Ártörténet

7. ábra

Társasjátékos bevételek alakulása USD-ben



Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, Statista, Ártörténet

A táblázat és a diagram egyértelműen rámutat arra, hogy a társasjátékpiacon változásainak aránya Magyarországon nagymértékben hasonlít a globális tendenciákhoz. Ugyanakkor, míg világszinten, bár eltérő mértékben, de folyamatos és stabil növekedés tapasztalható, addig a hazai piac eredményei sokkal inkább ingadozóak és kiegyensúlyozatlanabbak. Ennek egyik lehetséges magyarázata, hogy a magyarországi piaci szereplők mérete számottevően kisebb a nemzetközi nagyvállalatokénál, továbbá a vizsgált időszakban a forint jelentősen ingadozik a főbb nemzetközi devizákhoz (például az amerikai dollárhoz és az euróhoz) képest. E tényezők miatt a hazai piac érzékenyebben reagál a gazdasági és társadalmi változásokra, ami magyarázatot adhat a piaci szereplők óvatosabb, gyorsabb és jelentősebb döntéseire, valamint korrekcióira.

A kutatás további szakaszában áttekintettük az eddig vizsgált vállalatok nemzetközi statisztikáit, azonban csak a Hasbro esetében találtunk megbízható és részletes adatokat, melyek a cég tőzsdei árfolyamának alakulását mutatják (Macro-trends). A társasjátékpiacon működő cégek többsége vagy családi vállalkozásként indult (például Ferdinand Piatnik & Söhne), vagy kisebb, nem tőzsdén jegyzett vállalkozásként működik (mint a Granna, Asmodee és annak leányvállalata, a Fantasy Flight Games). Így a Hasbrón (NASDAQ: HAS) és a Mattelen (NASDAQ: MAT) kívül jelenleg nincs más, kizárólag társasjátékokkal foglalkozó cég a tőzsdén. Mivel a Mattel repertoárjában a társasjátékok aránya elenyésző, az összeha-

sonlítás szempontjából relevanciával nem bír. Egy későbbi kutatás érdekes iránya lehet annak vizsgálata, hogy miközben a Hasbro részvényeinek értéke 2000 óta több száz, egyes években pedig ezer százalékot meghaladó növekedést mutatott, a magyarországi leányvállalat nettó árbevétele miért csökkent jelentősen, a korábbi szintek töredékére.

4.3. Társasjátékos weboldak népszerűsége

A kutatás záró szakaszában arra kerestünk választ, vajon a társasjátékos tematikájú weboldalak milyen mértékű népszerűségnek örvendenek nemzetközi összehasonlításban. Az alábbi táblázat azokat a legnagyobb elérésű, társasjátékokkal foglalkozó vagy azokhoz bármilyen módon kapcsolódó weboldalakat mutatja be, amelyek országos és globális szinten is jelentős látogatottsággal rendelkeznek. Ilyenek például a digitális társasjátékokat is kínáló Steam és Humble Bundle, a társasjátékos kiegészítők széles skáláját is felvonultató Etsy és Thingiverse, valamint a Kickstarter, amely a közösségi finanszírozású társasjátékprojektek első számú platformjának tekinthető.

5. táblázat

Magyar társasjátékos weboldalak népszerűségi adatai

Weboldal neve	Weboldal	Havi látogatottság (fő)	Rang kategórián belül	Magyar-rang
Régió Játék	https://www.regiojatek.hu/	357000	673	537
Társasjátékok.com	https://tarsasjatekok.com/	221000	1125	1000
Reflexshop	https://reflexshop.hu/	145000	4651	1303
Gémklub	https://www.gemklub.hu/	86735	2142	2148
Szellemlovas	https://www.szellemlovas.hu/	76310	2118	2068
Okos Játék	https://www.okosjatek.hu/	66680	9082	2795
Pagony	https://www.pagony.hu/	54170	11453	3950
GameWiz	https://www.gamewiz.hu/	52130	752	2862
MetaGames	https://www.metagames.hu/	50953	2714	2996
Játéktenger	https://jatektenger.hu/	22624	5677	6788

Forrás: Saját táblázat. *Forrásadatok:* Similar Sites (2025-05-29)

6. táblázat

Nemzetközi társasjátékos weboldalak népszerűségi adatai

Weboldal neve	Weboldal	Havi látogatottság (fő)	Rang kategórián belül	Ország-rang	Ország
Etsy	https://www.etsy.com/	375000000	12	36	USA
Chess.com	https://www.chess.com/	205000000	1	114	USA
Steam	https://store.steampowered.com/	197000000	3	272	USA
Lichess	https://lichess.org/	64000000	2	575	USA
Itch.io	https://itch.io/	39000000	29	740	USA
Board Game Arena (BGA)	https://boardgamearena.com/	24000000	16	1432	USA
CardGames.io	https://cardgames.io/	21000000	6	762	USA
BoardGameGeek (BGG)	https://boardgamegeek.com/	19000000	4	1114	USA
Kickstarter	https://www.kickstarter.com/	17000000	27	1246	USA
Thingiverse	https://www.thingiverse.com/	15000000	88	1499	USA
Humble Bundle	https://www.humblebundle.com/	8000000	50	2466	USA
Warhammer Community	https://www.warhammer-community.com/en-gb/	5000000	104	1723	Egyesült Királyság
Mattel	https://mattel.com/	5000000	7	3389	USA
Hasbro Gaming	https://hasbro.com/	1000000	60	14124	USA
Stonemaier Games	https://stonemaiergames.com/	517000	132	35679	USA
Fantasy Flight Games (FFG)	https://www.fantasyflightgames.com/	425000	84	67057	USA
The Game Crafter	https://www.thegamecrafter.com/	273000	167	38977	USA
CMON Limited (Cool Mini or Not)	https://www.cmon.com/	228000	268	157000	USA
Asmodee Group	https://corporate.asmodee.com/	216000	114	61428	USA
Kosmos (KOSMOS Verlag)	https://www.kosmos.de/	205000	303	10597	Németország
Czech Games Edition (CGE)	https://www.czechgames.com/	198000	313	163000	USA
Cards Against Humanity	https://www.cardsagainsthumanity.com/	176000	1457	150000	USA
BoardGameGeek Store (BGG Store)	https://boardgamegeekstore.com/	151000	1360	89813	USA
Ravensburger	https://www.ravensburger.com/	151000	4172	61678	USA

Weboldal neve	Weboldal	Havi látogatottság (fő)	Rang kategórián belül	Ország-rang	Ország
Tabletop Finder	https://www.tabletopfinder.eu/en	148000	1585	19989	Hollandia
Tabletop Simulator	https://www.tabletopsimulator.com/	142000	1805	179000	USA
PnP Arcade	https://www.pnparcade.com/	127000	339	110000	Egyesült Királyság
Schmidt Spiele	https://www.schmidtspiele.de/	82962	637	24158	Németország
Lucky Duck Games	http://luckyduckgames.com/	80448	2400	18270	Lengyelország
Days of Wonder	https://www.daysofwonder.com/	79437	598	249000	Egyesült Királyság
Orchard Toys	https://www.orchardtoys.com/	68538	767	65777	Egyesült Királyság
Pegasus Spiele	https://pegasus.de/	65121	776	34001	Németország
Gigamic	https://gigamic.com/	54071	849	22544	Franciaország
Fryxgames	https://fryxgames.se/	43091	874	391000	Egyesült Királyság
Gamewright	https://gamewright.com/	40890	1144	300000	Egyesült Királyság
Tactic Games	https://games.tactic.net/	40544	1236	25874	Norvégia
Spiel Des Jahres	https://www.spiel-des-jahres.de/	35654	1014	41857	Németország
Folded Space	https://www.foldedspace.net/	32111	1142	695000	USA

Forrás: Saját táblázat. Forrásadatok: Similar Sites (2025-05-29)

Az 5. és 6. táblázatban szereplő adatok alapján jól kirajzolódik a társasjátékos weboldalak globális és hazai népszerűségének struktúrája. A nemzetközi mezőny élvonalában a digitális társasjátékokat is kínáló platformok és társasjátékos kiegészítőket is terjesztő webáruházak, így az Etsy, a Chess.com, a Steam és a Lichess állnak, amelyek havi forgalma meghaladja a több tízmilliós nagyságrendet. Ezek az oldalak nemcsak játéktartalmakat kínálnak, hanem közösségi funkcióikkal, digitális infrastruktúrájukkal és globális elérhetőségükkel is jelentősen hozzájárulnak a társasjáték-kultúra terjedéséhez és digitalizációjához. Emellett kiemelkedik a Board Game Arena és a BoardGameGeek, amelyek specializált, társasjáték-fókuszú közösségi és adatbázis-platformként töltenek be kulcsszerepet a szcénában. A hazai mezőny ezzel szemben lényegesen kisebb látogatottsággal bír, ugyanakkor a Régió Játék, a Társasjátékok.com és a Reflexshop havi szinten több

százezer látogatót vonzanak, ami jelentős online jelenlétre és stabil piaci pozícióra utal. Megfigyelhető, hogy a magyar oldalak többsége alacsonyabb nemzeti és kategórián belüli rangsorolással rendelkezik, ugyanakkor szerepük elsősorban a helyi közönség kiszolgálásában, a fizikai termékek értékesítésében és az offline közösségek támogatásában mutatkozik meg. Az elemzésből az is leszűrhető, hogy a társasjátékos ökoszisztéma egyre inkább kettéválik a digitális, nemzetközi elérésű platformok és a lokális, fizikai termékközpontú szolgáltatók között, miközben mindkét típus kulcsszerepet játszik a társasjáték-kultúra fejlődésében és terjedésében.

A vizsgálat zárásaként összehasonlítottuk a legnagyobb magyarországi társasjátékokat forgalmazó webáruházak éves árbevételét azok látogatottsági mutatóival. Az összevetés célja annak feltárása volt, milyen összefüggés figyelhető meg az online forgalom és a bevétel alakulása között. Az eredményeket az alábbi táblázat és diagram szemlélteti.

7. táblázat

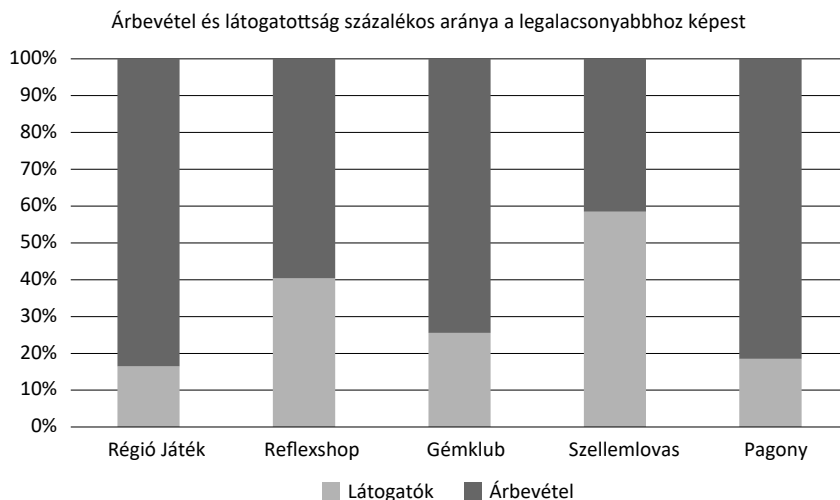
A hazai társasjátékipar online szereplőinek látogatottsági és árbevételi mutatóinak összehasonlító elemzése

Név	Oldallátogatók (fő)	Árbevétel (eFt)	Látogatók és árbevétel aránya
Régió Játék	357 000	21 484 747	0,0166
Reflexshop	145 000	2 537 361	0,0571
Gémklub	86 735	2 990 614	0,0290
Szellemlovas	76 310	642 212	0,1188
Pagony	54 170	2 823 824	0,0192

Forrás: Saját táblázat. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, Similar Sites (2025-05-29)

8. ábra

Árbevétel és látogatottság százalékos aránya a legalacsonyabbhoz képest



Forrás: Saját diagram. Forrásadatok: Igazságügyi Minisztérium, Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat, Similar Sites (2025-05-29)

A vizsgált öt magyar társasjátékos webáruház adatainak összehasonlítása alapján megoszlanak az eredmények azzal kapcsolatban, hogy a látogatottság és az árbevétel között milyen összefüggések állnak fenn. A Pearson-féle korrelációs együttható értéke ($r = 0,960$; $p = 0,009$) szerint minél több látogatója van egy webáruháznak, annál magasabb árbevétellel rendelkezik, és ez a lineáris kapcsolat statisztikailag is szignifikáns. Ugyanakkor a Spearman-rangkorreláció nem mutatott szignifikáns, monotonikus kapcsolatot, ami arra utalhat, hogy a sorrendiségi viszonyok nem teljesen követik a lineáris összefüggést. A khi-négyszet próba ugyanakkor nem jelez szignifikáns kapcsolatot, azonban kis elemszám és alacsony elvárt értékek miatt, valamint mivel a vizsgált változók folytonosak és nem kategorizáltak, az eredmény statisztikai érvényessége korlátozott. Összességében az adatok azt sugallják, hogy a magasabb látogatottság általában magasabb árbevétellel jár együtt, de a pontos összefüggés vizsgálatához további tényezők bevonása és nagyobb minta szükséges. A vizsgálat eredményei alapján érdemes további elemzést végezni annak feltárására, hogy milyen tényezők befolyásolják az egyes webáruházak esetében az árbevétel és a látogatottság viszonyát. Különösen figyelemre méltó a Pagony esete, ahol a látogatottsági adatok alapján az oldal jelentősen kevesebb látogatót vonz (54 170 fő), mégis az egyik legmagasabb árbevétellel rendelkezik (2 823 824 eFt). Ez arra utalhat, hogy a Pagony esetében a látogatók vásárlási hajlandósága, az egy vásárlóra jutó költség (átlagos kosárérték),

vagy a célcsoporti specializáció jelentősen magasabb lehet, mint más szereplőknél. Ezzel szemben a Szellemlovas viszonylag magas látogatottsági adat (76 310 fő) mellett csupán 642 212 eFt árbevételt ért el, ami az adatok alapján kimondottan alacsonynak számít. Ez az aránytalanság utalhat arra, hogy az oldal látogatóinak nagyobb része nem konvertálódik vásárlóvá, vagy alacsonyabb összegű termékeket vásárolnak, esetleg az oldal elsősorban információszerzésre szolgál, nem pedig aktív kereskedelmi célokat tölt be. A fenti jelenségek feltérképezéséhez érdemes lenne további kvalitatív és kvantitatív adatokat is bevonni, például a konverziós arányokat, az átlagos kosárértéket, valamint a kínált termékek árstruktúráját, amelyek segíthetnek megérteni, milyen stratégiák vagy piaci pozíciók állnak a bevételi különbségek mögött.

A táblázatban szereplő 48 – 10 magyar és 38 külföldi – weboldalon túlmenően további 24 platform esetében is kísérletet tettünk adatok feltárására. Ezen weboldalak esetében azonban – a keresés ellenére – nem állt rendelkezésre elegendő vagy releváns információ, így ezek nem kerülhettek be az elemzésbe. Az érintett weboldalak jegyzékét a 2. melléklet tartalmazza.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

A kutatás célja az volt, hogy feltárja, miként alakult a magyar társasjátékpiacon az elmúlt évtizedben, hogyan viszonyul a nemzetközi trendekhez, és mely tényezők befolyásolják a hazai árbevétel növekedését. A kutatás eredményei alapján világosan kirajzolódik, hogy a hazai társasjáték-ipar növekedése több, egymással összefüggő tényező együttes hatásának eredménye. Bár a társasjátékok népszerűségének emelkedése kiemelt szerepet játszik ebben a folyamatban, nem hagyhatjuk figyelmen kívül az olyan külső gazdasági hatásokat sem, mint az infláció, az alapanyagárak növekedése, valamint a globális gazdasági és politikai helyzet által kiváltott lakossági költségcsökkentési törekvések. Mindezen körülmények ellenére az adatok egyértelmű és tartós növekedési tendenciát jeleznek a hazai társasjátékpiacon.

A magyar társasjátékpiacon ugyan kisebb méretű, de dinamikus növekedést mutat, és bizonyos szempontok alapján követi a nemzetközi mintákat. Ugyanakkor a hazai árbevétel-növekedés nem minden esetben arányos a látogatottsági vagy ár-növekedési adatokkal, ami a konverziós hatékonyság, a vásárlói preferenciák és az árérzékenység további vizsgálatát indokolja.

Az elmúlt két évtized során a szektor jelentős átalakuláson ment keresztül: több korábbi domináns szereplő – részben az új piaci igényekhez való alkalmazkodás hiánya miatt – visszaszorult vagy eltűnt, miközben új, dinamikus cégek vették át a helyüket. A jelenlegi piaci viszonyok alapján a Gémklub és a Reflexshop tekint-

hetők a két legjelentősebb, kizárólag társasjátékokra specializálódott hazai vállalkozásnak. Érdekes és a jövő szempontjából releváns kérdés, hogy a Reflexshop képes lesz-e megelőzni a Gémklubot és a piacvezető szerepbe lépni, vagy esetleg más, jelenleg kisebb szereplők törnek majd előre, és veszik át a vezető pozíciókat.

További vizsgálatra érdemes kérdés az is, hogy a magyar társasjáték-kiadók közül melyek lesznek képesek kilépni a nemzetközi piacra, és ott is sikereket elérni, túllépve a hazai megjelenésen (Behl–Jayawardena, 2024). Egyes márkák esetében már láthatóak erre utaló jelek, de ezek részletes vizsgálata, valamint a sikeres nemzetközi expanzió feltételeinek feltárása további kutatást igényel. A jövőbeli kutatások számára releváns lehet annak vizsgálata is, hogy a szezonális trendek (Tisza, 2024) milyen mértékben befolyásolják a társasjátékpiacon dinamikáját, továbbá, hogy az e-kereskedelem szerkezetének átalakulása – különös tekintettel olyan globális szereplők térnyerésére, mint a Temu és a Shein – milyen hatást gyakorol a társasjátékipar működésére, forgalmazási csatornáira és fogyasztói szokásaira (360 Marketing, 2024). A rendelkezésre álló adatok további elemzését egy későbbi kutatásban lenne érdemes kiegészíteni a meghatározó hazai szereplők bevonásával, valamint a társasjátékbárok működésének és pénzügyi adatainak figyelembevételével, ami lehetővé tenné a társasjáték-ágazat jelenlegi állapotáról való pontosabb következtetések levonását.

A jövőbeli kutatások számára több irány is kijelölhető:

- **a fogyasztói magatartás mélyebb vizsgálata**, különös tekintettel a digitális és offline vásárlási döntések közötti eltérésekre;
- **a keresleti rugalmasság, a konverziós arányok, az átlagos kosárértékek és az érzékenység statisztikai elemzése** a hazai és külföldi szereplők között;
- **a fogyasztói klaszterek azonosítása és viselkedésmintáik feltárása** különböző demográfiai és motivációs tényezők mentén;
- **a társasjátékbárok, közösségi helyszínek és rendezvények gazdasági szerepének feltárása**, valamint ezek hatása a piac élénkülésére és a játékosközösségek bővülésére;
- **a digitalizáció hatásainak elemzése**, különösen a hibrid (fizikai és online) értékesítési csatornák, illetve a digitális marketing szerepének figyelembevételével.

Összegzésként elmondható, hogy a hazai társasjátékpiacon stabil növekedési pályán halad, és egyre inkább integrálódik a nemzetközi trendekbe. A bemutatott eredmények szilárd alapot képeznek a további, mélyebb empirikus és kvalitatív kutatások számára, amelyek pontosabb képet adhatnak a piac strukturális változásairól és jövőbeli potenciáljáról. Kiemelten indokolt a pénzügyi értékelési technikák kiterjesztett alkalmazása, a fogyasztói viselkedés részletes feltárása (különös figyelemmel a vásárlási mintázatokra és játékalapú aktivitásokra), valamint

a szektor befektetői szempontú elemzése. Ezek a jövőbeni kutatási irányok elősegíthetik a hazai társasjáték-szektor fejlődési pályáinak, szerkezeti változásainak és jövőbeli potenciáljának pontosabb megértését.

1. MELLÉKLET

Név	Cégnév	Cégjegyzékszám	Weboldal
Reflexshop	Reflexshop Kft.	01-09-181928	https://reflexshop.hu/
Gémklub	Gém Klub Kft.	01-09-885127	https://www.gemklub.hu/
Compaya	Gamer Café Kft.	13-09-105583	https://www.compaya.hu/
Vagabund	Vagabund Kiadó Egyéni Cég	03-11-100607	https://jojatekjoaron.hu/
Piatnik	Piatnik Budapest Kft.	01-09-268978	https://www.piatnik.hu/
Delta Vision	DELTA VISION Kft.	01-09-461693	https://www.deltavision.hu/
Granna	Kék Kobra Kereskedelmi Kft.	01-09-079454	http://www.granna.hu/
Hasbro	Hasbro Magyarország Kft.	01-09-071758	https://products.hasbro.com/hu-hu
Pagony	Pozsonyi Pagony Kft.,	01-09-699467	https://www.pagony.hu/
Keller & Mayer	Promitor Kft.	13-09-151858 01-09-868622	https://kelleresmayer.hu/
Szellemlovas	Szellemlovas Kereskedelmi Kft.	01-09-718457	https://www.szellemlovas.hu/
Régió Játék	REGIO Játékkereskedelmi Kft.	01-09-070999	https://www.regiojatek.hu/
Private Moon Studios	PRIVATE MOON STUDIOS Kulturális és Szolgáltató Betéti Társaság	01-06-616961	https://privatemoonstudios.hu/
Meeple Stickers	MeepleStickers Korlátolt Felelősségű Társaság	01-09-412652	https://meeplestickers.com/

2. MELLÉKLET

A rendelkezésre álló releváns és elegendő információk hiányában a következő weboldalak kimaradtak az elemzésből: Compaya (<https://www.compaya.hu/>), Vagabund (<https://jojatekjoaron.hu/>), Piatnik (<https://www.piatnik.hu/>), Delta Vision (<https://www.deltavision.hu/>), Granna (<http://www.granna.hu/>), Keller & Mayer (<https://kelleresmayer.hu/>), Meeple Stickers (<https://meeplestickers.com/>), Blue Orange Games (<https://blueorangegames.eu/>), Der Magier Spiele (<https://www.>

dreimagier.de/), DV Giochi (<https://www.dvgiochi.com/>), Cocktail Games (<https://www.cocktailgames.com/>), Winning Moves Games (<https://www.winning-moves.com/>), Green Board Games (BrainBox – <https://www.brainbox.co.uk/>), Megableu (<https://www.megableu.com/>), Abacus Spiele (<https://abacusspiele.de/>), Stragoo (<https://stragoo.cz/en/>), IELLO Games (<https://iellogames.com/>), Private Moon Studios (<https://privatemoonstudios.hu/>), Legjobb Társasok (<https://legjobbtarsasok.hu/>), Mit Játsszunk? - blog (<https://mitjattsszunkblog.hu/>), Mit Játsszunk? - bolt (<https://www.mitjattsszunkshop.hu/>), Print & Play Games (<https://www.printplaygames.com/>), Top Shelf Gamer (<https://www.topshelfgamer.com/>), Laserox (<https://www.laserox.net/>).

HIVATKOZÁSOK

- 360 Marketing. (2024.05.10): Magyar e-kereskedelem trendjei és változásai—2024. *360 Marketing ügynökség*. <https://360-marketing.hu/blog/e-kereskedelem/>.
- Adorján B. – Bednárík É. (2025): Digitális megoldások felhasználása a társasjátékokban (532–542). *Soproni Egyetem Kiadó*. <https://doi.org/10.35511/978-963-334-550-4-s9-2>.
- Asmodee (2024.08.13.): Asmodee and Board Game Arena celebrate 10 million users' milestone, cementing the online board gaming platform as the industry's #1 *Asmodee USA*. <https://www.asmodeena.com/en/news/2024/8/13/asmodee-and-board-game-arena-celebrate-10-million-users-milestone-cementing-the-online-board-gaming-platform-as-the-industry-s-1/>
- Behl, A. – Jayawardena, N. S. (2024): Internationalisation of Board Games. In *Reference Module in Social Sciences*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00372-8>
- Board Game Arena (2020.12.31): Best wishes for 2021 from the team! *Board Game Arena*. <https://en.boardgamearena.com/news?id=484>.
- Bornstedt, P. (2024.01.29): The Board Game as a Narrative Medium. *Analog Game Studies*. <https://analoggamestudies.org/2024/01/the-board-game-as-a-narrative-medium/>.
- Chukusol, C. – Nilsook, P. – Wannapiroon, P. (2022): Virtual Board Games Platform. *2022 Research, Invention, and Innovation Congress: Innovative Electricals and Electronics (RI2C)*, 273–277. <https://doi.org/10.1109/RI2C56397.2022.9910289>.
- Cross, L. – Piovesan, A. – Sousa, M. – Wright, P. – Atherton, G. (2023): Your Move: An Open Access Dataset of Over 1500 Board Gamer's Demographics, Preferences and Motivations. *Simulation & Gaming*, 54(5), 554–575. <https://doi.org/10.1177/10468781231189493>.
- Danyi P. (2019.11.17): *Dollár árfolyamok Magyarországon 1791 óta – Ártörténet*. <https://artortenet.hu/dollar-arfolyamok-magyarorszagon-1791-ota/>.
- D'Arpizio, C. – Levato, F. (2024.11.13): Global luxury spending to land near €1.5 trillion in 2024, remaining relatively flat as consumers prioritize experiences over products amid uncertainty. *Bain*. <https://www.bain.com/about/media-center/press-releases/2024/global-luxury-spending-to-land-near-1.5-trillion-in-2024-remaining-relatively-flat-as-consumers-prioritize-experiences-over-products-amid-uncertainty/>.
- Darren, M. (2008.04.01): We Are The World: BGG's by location. *BoardGameGeek*. <https://boardgamegeek.com/geeklist/30174/we-are-the-world-bggs-by-location>.

- Dartigues, J. F. – Foubert-Samier, A. – Goff, M. L. – Viltard, M. – Amieva, H. – Orgogozo, J. M. – Barberger-Gateau, P. – Helmer, C. (2013): Playing board games, cognitive decline and dementia: A French population-based cohort study. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002998>.
- Data Horizon Research. (2025.02.07): Digital Board Game Market (By Game Type: Strategy Games, Puzzle Games, Card Games, By Platform: Pc, Mobile, Console, By End-User: Adults, Children) – Global Market Size, Share, Growth, Trends, Statistics Analysis Report, By Region, And Forecast 2024-2033. *Data Horizon Research*. <https://datahorizonresearch.com/digital-board-game-market-44980>.
- Demeter Z. (é. n.): „Játszani is engedd” – Társasjátékok jégtörő szerepben = „Let me play” – Board games as ice breakers (MTMT). XVII. Tudatosság a kommunikációban – Varga Gyula Emlékkonferencia, Kommunikációoktatás a változó társadalmi, technológiai és gazdasági környezetben, 18.
- Didymus, M. (2024.08.14): Asmodee's BoardGameArena buyout reaps rewards as service passes 10 million accounts. <https://boardgamewire.com/index.php/2024/08/14/asmodees-boardgamearena-buyout-reaps-rewards-as-service-passes-10-million-accounts/>.
- Edge Hill University (2023.08.04.): New data reveals the demographics and psychology behind the meteoric rise in board gaming. *Edge Hill University*. <https://www.edgehill.ac.uk/news/2023/08/new-data-reveals-the-demographics-and-psychology-behind-the-meteoric-rise-in-board-gaming/>.
- Elad, B. (2025.03.27): Board Game Statistics and Facts (2025). *Sci-Tech Today*. <https://www.sci-tech-today.com/stats/board-game-statistics/>.
- Embracer Group (é. n.): *Information Brochure – Asmodee*. Letöltve: 2025.10.27. <https://embracer.com/wp-content/uploads/2024/12/Information-Brochure-Distribution-of-Asmodee.pdf>.
- Estrada-Plana, V. – Martínez-Escribano, A. – Ros-Morente, A. – Mayoral, M. – Castro-Quintas, A. – Vita-Barrull, N. – Terés-Lleida, N. – March-Llanes, J. – Badia-Bafalluy, A. – Moya-Higueras, J. (2024): Benefits of Playing at School: Filler Board Games Improve Visuospatial Memory and Mathematical Skills. *Brain Sciences*, 14(7), 642. <https://doi.org/10.3390/brainsci14070642>.
- Federal Reserve Bank of St. Louis (2024.11.14): Producer Price Index by Commodity: Pulp, Paper, and Allied Products: *Wood Pulp*. <https://fred.stlouisfed.org/series/WPU0911>.
- Fields, J. (2025.01.23): 14 Party Games for Adults We Can't Stop Playing. *The Spruce*. <https://www.thespruce.com/best-party-games-for-adults-4172302>.
- Figueiredo, I. – Teixeira, T. – Nunes, S. – Figueiredo, C. – Fragoso, J. – Azevedo, C. – Moreira, D. – Malheiro, L. (2024): Traveling Before, During, and After the Pandemic: Impact of the COVID-19 Pandemic on the Travel Behavior and Travel Medicine Practice. *Cureus*, 16(8), e66247. <https://doi.org/10.7759/cureus.66247>.
- FUN Monster (2023): The Best-Selling Board Games of All Time, Ranked. *FUN Monster*. <https://www.fun.com/best-selling-board-games-all-time.html>.
- Gilchrist, K. (2024.11.13): Personal luxury goods market to shrink for first time since the 2008 financial crash, research finds. *CNBC*. <https://www.cnbc.com/2024/11/13/personal-luxury-goods-market-to-shrink-for-first-time-since-gfc.html>.
- HR Portál (é. n.): Az infláció alakulása Magyarországon (1992-2022). *HR Portál*. Letöltve: 2024. 12.05. [https://www.hrportal.hu/hr/az-inflacio-alakulasa-magyarorszagon-\(1992-2022\)-20221017.html](https://www.hrportal.hu/hr/az-inflacio-alakulasa-magyarorszagon-(1992-2022)-20221017.html).
- jollyopolis.com (2024.02.29): Board game trends over time: The last 30 years. *Jollyopolis*. <https://jollyopolis.com/board-game-trends-over-time/>.
- Kiss, K. – Kökény, L. (2018.10.25). Generation as a moderating factor in the case of leisure time activities. *Budapesti Corvinus Egyetem*. https://www.ksh.hu/iatur2018/iatur40_kiss_kokeny.pdf?lang=hu.

- Kloep, L. – Helten, A.-L. – Peifer, C. (2023): A Playful Way to Promote Team Flow: Evaluation of a Positive Psychological Board Game for Team Building. *International Journal of Applied Positive Psychology*, 8(2), 405–427. <https://doi.org/10.1007/s41042-023-00096-4>.
- Koller I. Z. – Bruszt M. (2023): Játsszunk Komolyan! A Társadalmi Befogadás Szakkollégium társadalmi érzékenyítő játéka Pécs. *Pécsi Tudományegyetem Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar Társadalmi Befogadás Szakkollégium*. https://www.researchgate.net/publication/373272821_Jatsszunk_Komolyan_A_Tarsadalmi_Befogadas_Szakkollegium_tarsadalmi_erzekenyito_jatekai_Pecs.
- Korstanje, M. E. (2011): The fear of traveling: A new perspective for tourism and hospitality. *Anatolia*, 22(2), 222–233. <https://doi.org/10.1080/13032917.2011.597935>.
- Larchenko, I. (2024.09.23): BGG Users by Countries | BGG. *BoardGameGeek*. <https://boardgamegeek.com/thread/3373200/bgg-users-by-countries>.
- Leorke, D. (2018.12.02): Solo Board Gaming: An Analysis of Player Motivations. *Analog Game Studies*. <https://analoggamestudies.org/2018/12/solo-board-gaming-an-analysis-of-player-motivations/>.
- Macrotrends (2025.03.11): Hasbro – 41 Year Stock Price History | HAS. *Macrotrends*. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/HAS/hasbro/stock-price-history>.
- Marketing Blogger (2024.06.29): Niche jelentése a marketingben, példákkal. *Marketing Blogger*. <https://marketingblogger.hu/niche-marketing/>.
- Matalucci, S. (2021.01.02): Board game sales growth faces pandemic challenges – DW – 02/01/2021. *Dw.Com*. <https://www.dw.com/en/coronavirus-rapid-growth-of-board-games-market-faces-pandemic-hurdles/a-56370700>.
- MNB (é. n.): MNB Középfolyam—2023 évi áttekintés. *Árfolyam Figyelő - Arany, Ezüst, MNB*. Letöltve: 2024.12.05. <http://mnbkozeparfolyam.hu>.
- Németh, A. (2024.11.25): Társasjáték Magyarországon: Durva, mennyibe kerül karácsonykor – de megéri. *Világgazdaság*. <https://www.vg.hu/vilaggazdasag-magyar-gazdasag/2024/11/tarsasjatek-magyarorszagon-durva-mennyibe-kerul-karacsonykor-de-megeri>.
- Noda, S. – Shirotuki, K. – Nakao, M. (2019): The effectiveness of intervention with board games: A systematic review. *BioPsychoSocial Medicine*, 13(1), 22. <https://doi.org/10.1186/s13030-019-0164-1>.
- Orosz, J. (2015.05.13): BGG Users by Country –Top 25. *BoardGameGeek*. <https://boardgamegeek.com/geeklist/191215/bgg-users-by-country-top-25>.
- Percival, M. (2015.12.08): Highest ranked games by year released. *BoardGameGeek*. <https://boardgamegeek.com/geeklist/200805/highest-ranked-games-by-year-released>.
- Rapson, I. (2020.12.09): Number of Games Published by Year. *BoardGameGeek*. <https://boardgamegeek.com/thread/2556595/number-of-games-published-by-year>.
- Reflexshop (é. n.): BoardGameGeek—Tartozz egy nemzetközi társasjátékos közösséghez! *Reflexshop*. Letöltve: 2025.05.30. <https://reflexshop.hu/bgg-nemzetkozi-tarsasjatekos-kozosseg>.
- Saint, F. (2021.04.05): I graphed the number of popular board games (5000 ratings on BGG) each year since 1995 [Reddit Post]. *r/boardgames*. www.reddit.com/r/boardgames/comments/mkrqnr/i_graphed_the_number_of_popular_board_games_5000/.
- Schubak, A. – Linden, J. (2018.04.18): The Most Popular Board Game the Year You Were Born. *Popular Mechanics*. <https://www.popularmechanics.com/culture/gaming/g19735090/popular-board-games/>.
- Similarweb (é. n.): Website Performance—Boardgamegeek.com. *Similarweb*. Letöltve: 2025.10.27. https://pro.similarweb.com/?newUser=true#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*999/1m?webSource=Total&key=boardgamegeek.com.
- Statista (é. n.): Board Games—Worldwide | Statista Market Forecast. Letöltve: 2024.12.05. <https://www.statista.com/outlook/amo/app/games/board-games/worldwide>.

- Statista Market Forecast (é. n.): Board Games—Global Comparison. *Statista*. Letöltve: 2025.10.27. <http://frontend.xmo.prod.aws.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/toys-games/board-games/worldwide>.
- Statista Market Forecast (2025.10.): Gaming Networks—Hungary. *Statista*. <http://frontend.xmo.prod.aws.statista.com/outlook/amo/media/games/gaming-networks/hungary>.
- SteamDB (2025.05.24): Tabletop Simulator Steam Charts. *SteamDB*. <https://steamdb.info/app/286160/charts/>.
- Sun, J. (2017): GLHF: A Brief Overview of Gaming Cafes. *San Jose State University*. <https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1000&context=artio8>.
- Sweney, M. (2021.11.15): Digital detox and post-pandemic catch-ups fuel board game boom. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/nov/15/digital-detox-and-post-pandemic-catch-ups-fuel-board-game-boom>.
- Tisza A. (2024.06.14): Posztinflációs trendek és várakozások 2024-ben – Az FMCG-piac alakulása az NIQ szemüvegén keresztül. *Trade magazin*. <https://trademagazin.hu/hu/posztinflacios-trendek-es-varakozasok-2024-ben-az-fmcg-piac-alakulasa-az-niq-szemuvegen-keresztul/>.
- Töröcsik M. – Csóka L. – Németh P. – Neulinger Á. (2023): Vásárláshoz való viszony válság idején – a magyar vásárlók attitűdváltozásai. *Hitelintézeti Szemle*, 22.(4), 82–106. <https://hitelintezetiszemle.mnb.hu/letoltes/hsz-22-4-t3-torocsik-csoka-nemeth-neulinger.pdf>
- Trademagazin (2024.11.25): The golden age of board games: A billion-dollar industry in Hungary - Trademagazin. *Trademagazin*. <https://trademagazin.hu/en/a-tarsasjatekok-aranykoramilliardos-iparag-magyarorszagon/>.
- Trammell, A. (2019.03.10): Analog Games and the Digital Economy. *Analog Game Studies*. <https://analoggamestudies.org/2019/03/analog-games-and-the-digital-economy/>.
- Trammell, A. – Leigh Waldron, E. – Torner, E. (2014.08.01.): Reinventing Analog Game Studies. *Analog Game Studies*. <https://analoggamestudies.org/2014/08/reinventing-analog-game-studies/>.