

# Gry pod choinkę

## Raport badawczy



**SW RESEARCH**  
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

**dla**









**Grudzień 2012**

## Spis treści

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| 1. Metodologia                   | 3     |
| 2. Podsumowanie                  | 4-7   |
| 3. Struktura demograficzna próby | 8-15  |
| 4. Szczegółowe wyniki            | 16-38 |
| 5. Kontakt                       | 39    |

## Metodologia badania

-  Badanie zostało zrealizowane w dniach 6-10 grudnia 2012 roku, metodą internetowych zestandaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych (CAWI) przez agencję SW Research
-  Próba badawcza miała charakter losowy. Operatem losowania był panel internetowy StudentsWatch.pl ograniczony do osób w wieku od 16 do 49 lat.
-  W badaniu zebrano łącznie 829 w pełni wypełnionych kwestionariuszy, a dokładność oszacowań dla odsetków wynosi 3,5 p. proc. dla całej próby.
-  Kwestionariusz wywiadu składał się z 32 pytań badawczych uzupełnionych o pytania demograficzne i został opracowany w całości przez agencję SW Research.
-  Badanie przeprowadzono na autorskim oprogramowaniu „3S” zintegrowanym z panelem internetowym StudentsWatch.pl
-  Głównym celem projektu było zbadanie popularności gier wideo jako prezentów świątecznych oraz zwyczajów związanych z użytkowaniem gier w całym roku oraz w okresie świątecznym.

## Executive Summary 1/4



Święta to niewątpliwie czas spędzany z rodziną, bez względu na wiek – tak wynika z deklaracji 91 proc. respondentów. Jedynie 4 proc. zamierza spędzić je tylko z partnerem/partnerką.








Wśród najpopularniejszych prezentów świątecznych na pierwszym miejscach znajdują się kosmetyki (57 proc. deklaracji). W drugiej kolejności będą to książki (36,5 proc.) i odzież (32 proc. deklaracji). Kosmetyki na prezent najczęściej wybierają najstarsi respondenci (kategoria wiekowa 35+), książki są równie popularne we wszystkich kategoriach wiekowych a prezenty odzieżowe najczęściej kupują osoby w wieku od 16 do 24 lat. Co ósma osoba (12 proc.) w ogóle nie planuje wcielić się w rolę Świętego Mikołaja – tego typu deklaracje są najczęstsze wśród najmłodszych respondentów, prawdopodobnie przede wszystkim z uwagi na niższe możliwości finansowe.







Gry wideo (elektroniczne) zajmują dalszą pozycję na liście najczęściej wybieranych prezentów – tylko co dziesiąta osoba planuje umieścić je pod świątecznym drzewkiem. Zakup gier pod choinkę najczęściej deklarują osoby powyżej 35 roku życia (17 proc.), głównie ze względu na chęć sprawienia niespodzianki swoim dzieciom. Do gier często dokupywany jest specjalistyczny sprzęt elektroniczny do ich obsługi. Choć zaledwie 5,7 proc. zamierza go kupić jako świąteczną niespodziankę, to wśród osób powyżej 35+ popularność tej kategorii produktów wynosi 12,9 proc.

## Executive Summary 2/4

-  Podczas gdy najpopularniejsze prezenty (kosmetyki, książki, odzież) przyniesie Mikołaj „w spódniczy”, gry oraz sprzęt elektroniczny najczęściej będzie kupowany przez męską część populacji.
-  Ponad połowa zakupionych gier (51,6 proc.) będzie uruchamiana na komputerach osobistych. Jeśli jednak policzyć wszystkie typy gier konsolowych, okazuje się, że znajdują się w koszykach aż 84,5 proc. Kupujących gry. Najbardziej popularne gry na konsolę PS3 (39,5 proc.), a najmniej na konsolę PS starszej generacji (5,9 proc) oraz jeszcze mało rozpowszechnioną konsolę Wii (poniżej 1 proc.)
-  Gry pod choinkę najczęściej trafią do najmłodszych (57,1 proc.). Co trzecia osoba (34,3) zamierza podarować je swojemu bratu lub siostrze, a co czwarta (24,8) swojej drugiej połówce. Najrzadszymi odbiorcami gier będą rodzice (5,8 proc.)
-  Zakupy gier planowane są z dużym wyprzedzeniem – niemal dwie trzecie respondentów już je kupiło pod choinkę lub planowało to zrobić przed 17 grudnia.
-  Kupując grę, zwracamy przede wszystkim na dopasowanie gatunku gry do oczekiwanych preferencji odbiorcy (62,4 proc.) a dopiero w drugiej kolejności patrzymy na cenę. Warto podkreślić, że co piąta osoba (20,2 proc.) ma ściśle określone wytyczne, co do zakupu gier video.

## Executive Summary 3/4

-  Najbardziej popularne będą gry ukierunkowane na współzawodnictwo – wyścigi (44,8 proc.), sportowe (34,4 proc.), ale również te typowo edukacyjne, skierowane do dzieci (33,6 proc.). Na podstawie wcześniejszych danych można przypuszczać, że wśród pierwszej kategorii dominować będą gry konsolowe.
-  Mikołajów pakujących gry do swego worka coraz rzadziej będzie można spotkać „na żywo”, ponieważ aż 39,4 proc. zamierza dokonać zakupu w sklepie on-line lub przez serwisy aukcyjne (28,2 proc.). Nadal jednak można się będzie na nich natknąć w hipermarketach z elektroniką (38,2 proc.) lub w sklepach z multimediami (27,5 proc.)
-  Nie wszyscy (bo tylko 29,3 proc.) chcieliby pod choinką zobaczyć grę wideo. Zdecydowanie częściej są to mężczyźni (39 proc.) niż kobiety (18 proc.). Co ciekawe chęć otrzymania gry rośnie wraz z wiekiem – w grupie 35+, co trzecia osoba chciałaby dostać taki prezent. Z drugiej strony, część z nich może się zawieść, ponieważ na podstawie poprzednich wniosków, starsze osoby mają relatywnie mniejsze szanse na otrzymanie gry elektronicznej.
-  Najczęściej wskazywaną grą, którą badani chcieliby otrzymać na prezent była „The Sims 3” (6 proc. deklaracji), niemal równie popularne były gry: „Assassin’s Creed 3” (5 proc.) i „Diablo 3” (5 proc.). Aż 44% badanych nie wie, jaką grę chciałoby otrzymać.

## Executive Summary 4/4



Podczas zeszłorocznych świąt w gry grało 38,8 proc. respondentów. Najczęściej byli to mężczyźni (53,0 proc.) oraz osoby w wieku 16-24 (46,1 proc.).



O ile podczas najbliższych świąt również w gry będą grać przede wszystkim mężczyźni (41,5. vs 16,8 proc.), to najmłodsza część populacji (16-24) jest o tym słabiej przekonana niż osoby w wieku 35+. Tu aż się prosi o kros P21 przez P20 – czy jeśli ktoś grał w poprzednim roku to będzie grał teraz..



Podczas Świąt, grami będziemy najczęściej cieszyć się w samotności (61,3 proc.). W ten sposób najczęściej będą grać osoby do 24 roku życia (71,8 proc.). Jeśli będą wchodzić w interakcje, to najczęściej on-line, z czego w 26,9 proc. ze znajomymi, a 19,6 proc. z nieznanymi. Osoby 35+, jeśli będą grać w okresie świątecznym, zdecydowanie najczęściej (66,7 proc.) będą bawić się ze swoimi dziećmi.



Mężczyźni nieco częściej (różnice na poziomie kilku punktów procentowych) niż kobiety grają w gry samemu, ze znajomymi osobami on-line lub na żywo oraz z nieznanymi on-line.



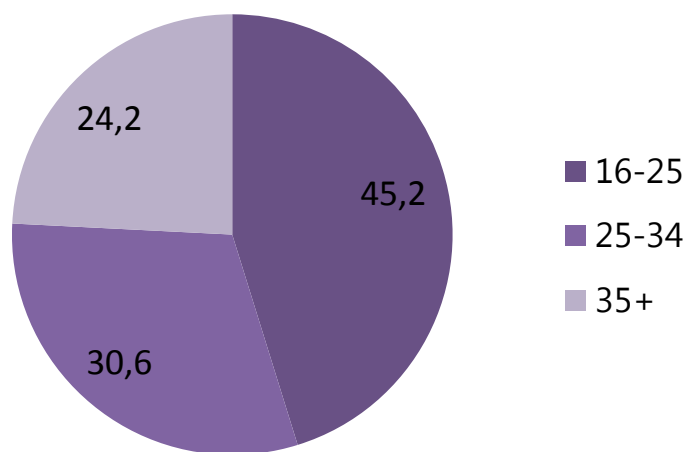
Osoby grające częściej w gry (codziennie, kilka razy lub raz w tygodniu) częściej niż osoby grające rzadziej w gry będą sami grali w gry w ciągu najbliższych Świąt. Osoby grające rzadziej częściej będą grać z innymi – np. z dziećmi, ze znajomymi on-line lub na żywo.

# Struktura demograficzna próby

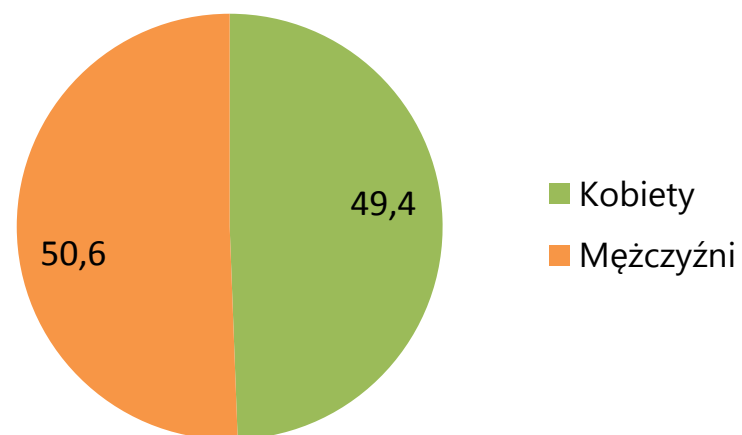


# Struktura demograficzna próby (1)

*Kategoria wiekowa*



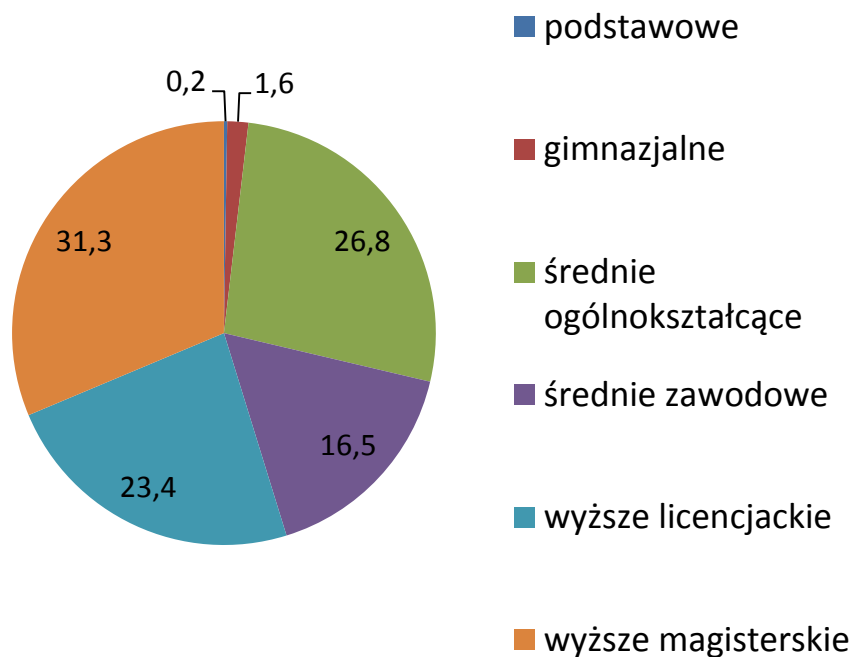
*Płeć*



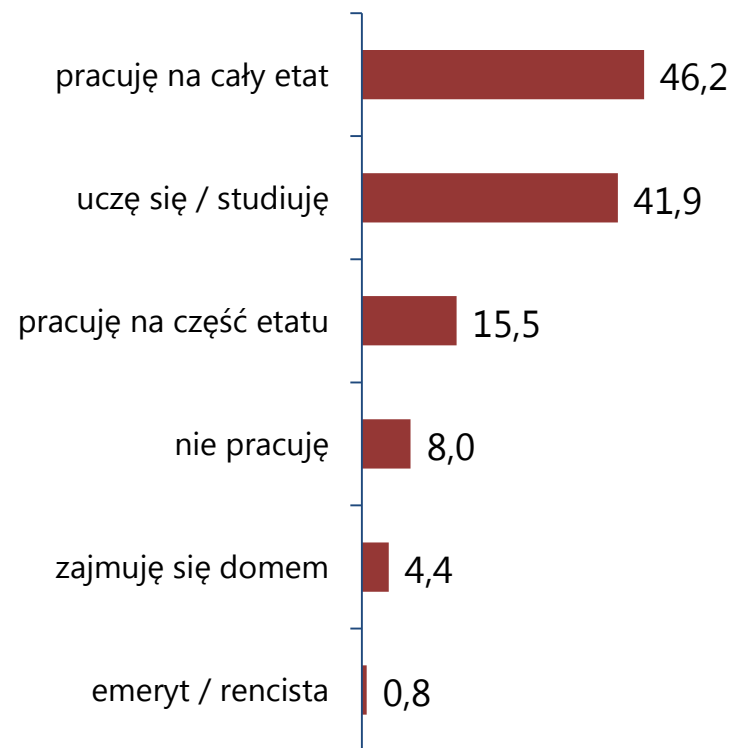
Dane w %  
N=829

## Struktura demograficzna próby (2)

### Wykształcenie



### Status zawodowy \*

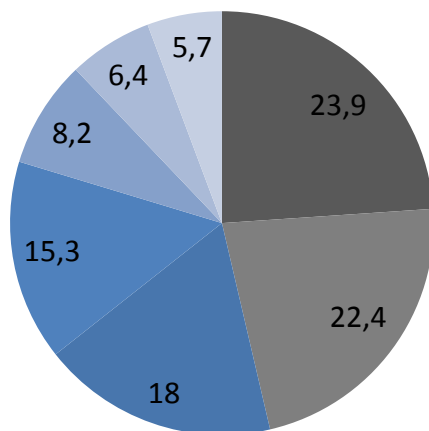


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %  
N=829

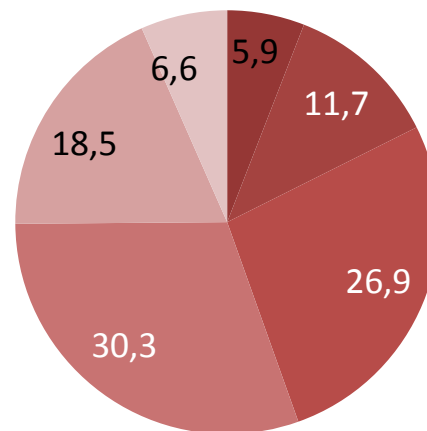
## Struktura demograficzna próby (3)

### Dochody



- 3001 - 4500 zł
- 1501 - 3000 zł
- odmowa odpowiedzi
- 4501 - 6000 zł
- do 1500 zł
- 6001 - 8000 zł
- powyżej 8001 zł

### Liczba osób w gospodarstwie domowym

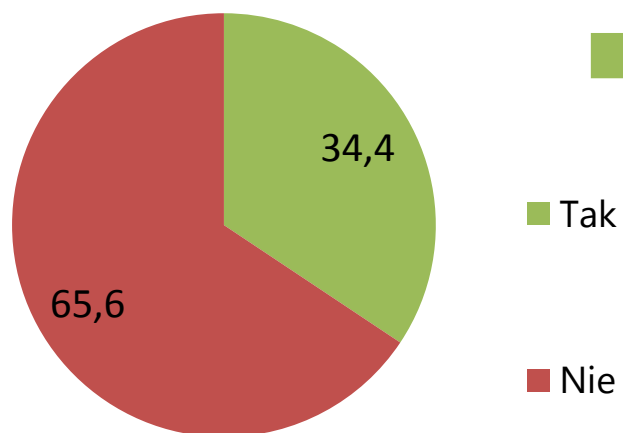


- 6 i więcej
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1

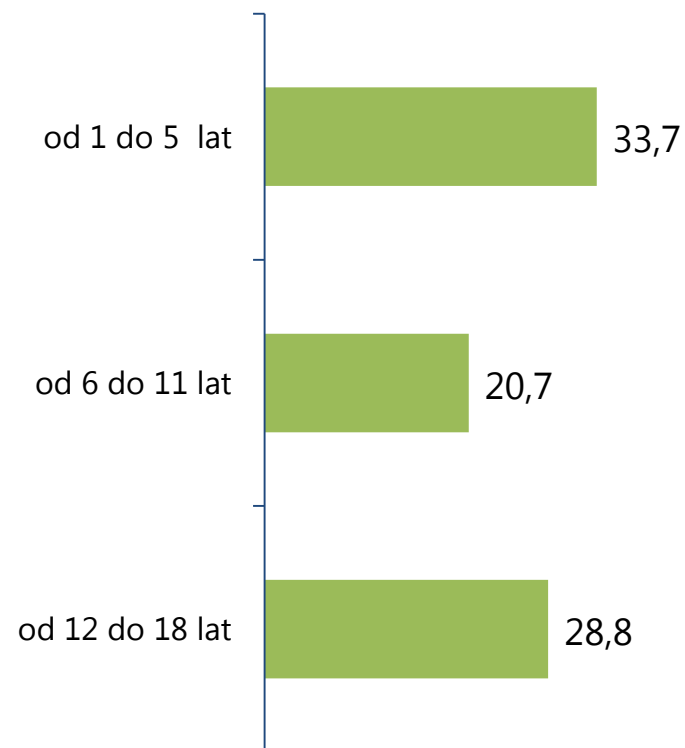
Dane w %  
N=829

## Struktura demograficzna próby (4)

*Czy są w gospodarstwie domowym dzieci?*



*Wiek dzieci*

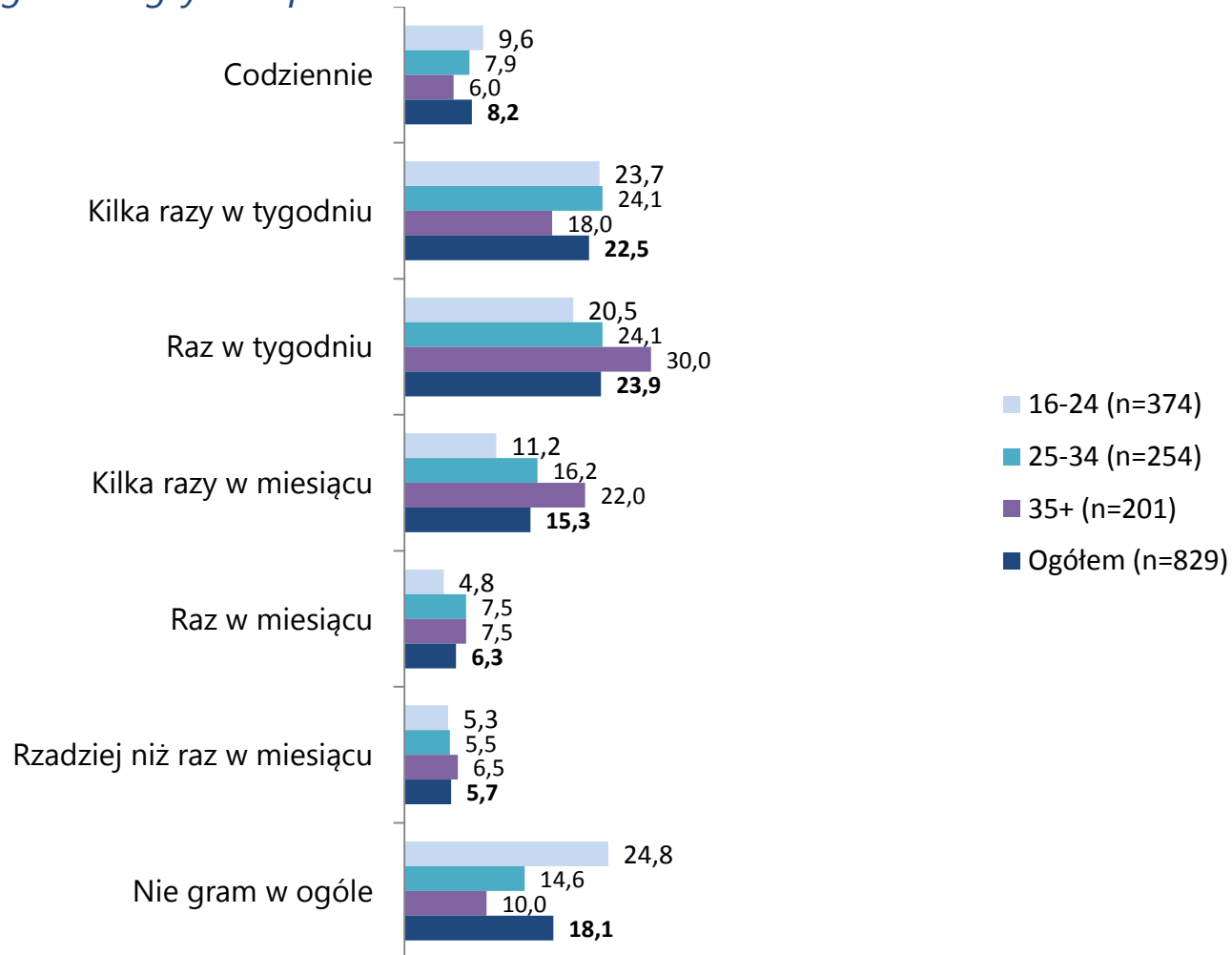


Dane w %  
N=829

Dane w %  
N=285, tylko osoby, które mają dzieci

# Częstotliwość grania w gry komputerowe 1/2

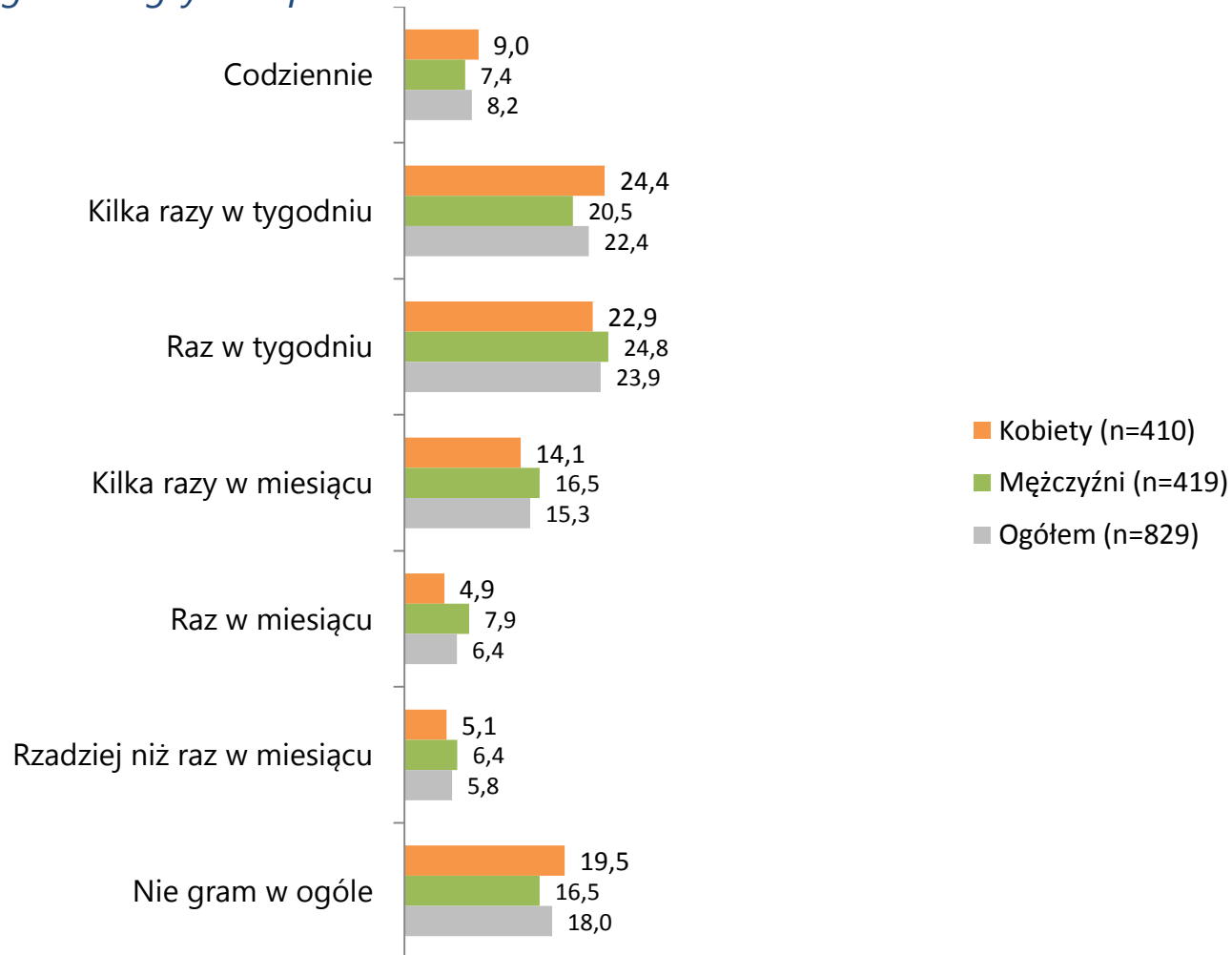
P30. Jak często grasz w gry komputerowe?



Dane w %

## Częstotliwość grania w gry komputerowe 2/2

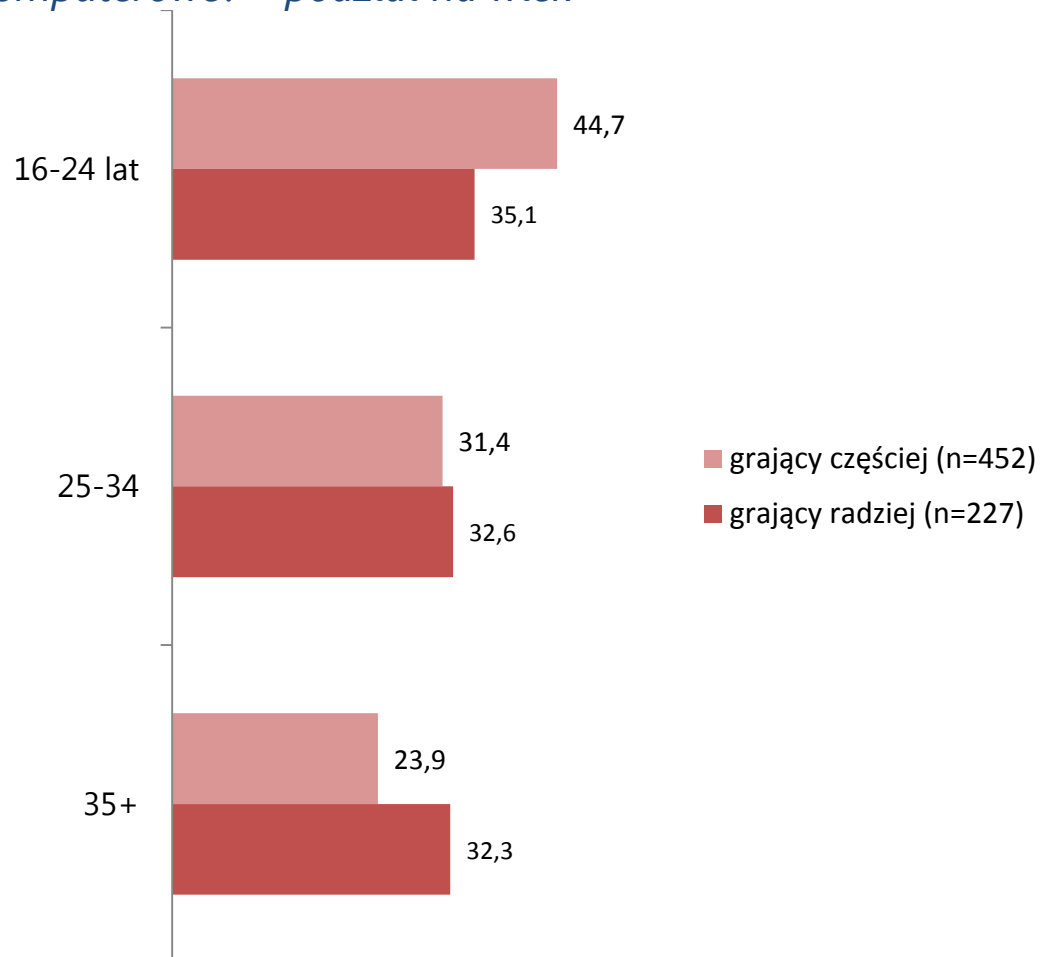
P30. Jak często grasz w gry komputerowe?



Dane w %

## Częstotliwość grania a wiek

P30. Jak często grasz w gry komputerowe? – podział na wiek



Dane w %

N=679 osoby grające w gry,

częściej = codziennie, kilka razy w tygodniu, raz w tygodniu;

Rzadziej = kilka razy w miesiącu, raz w miesiącu, rzadziej niż raz w miesiącu

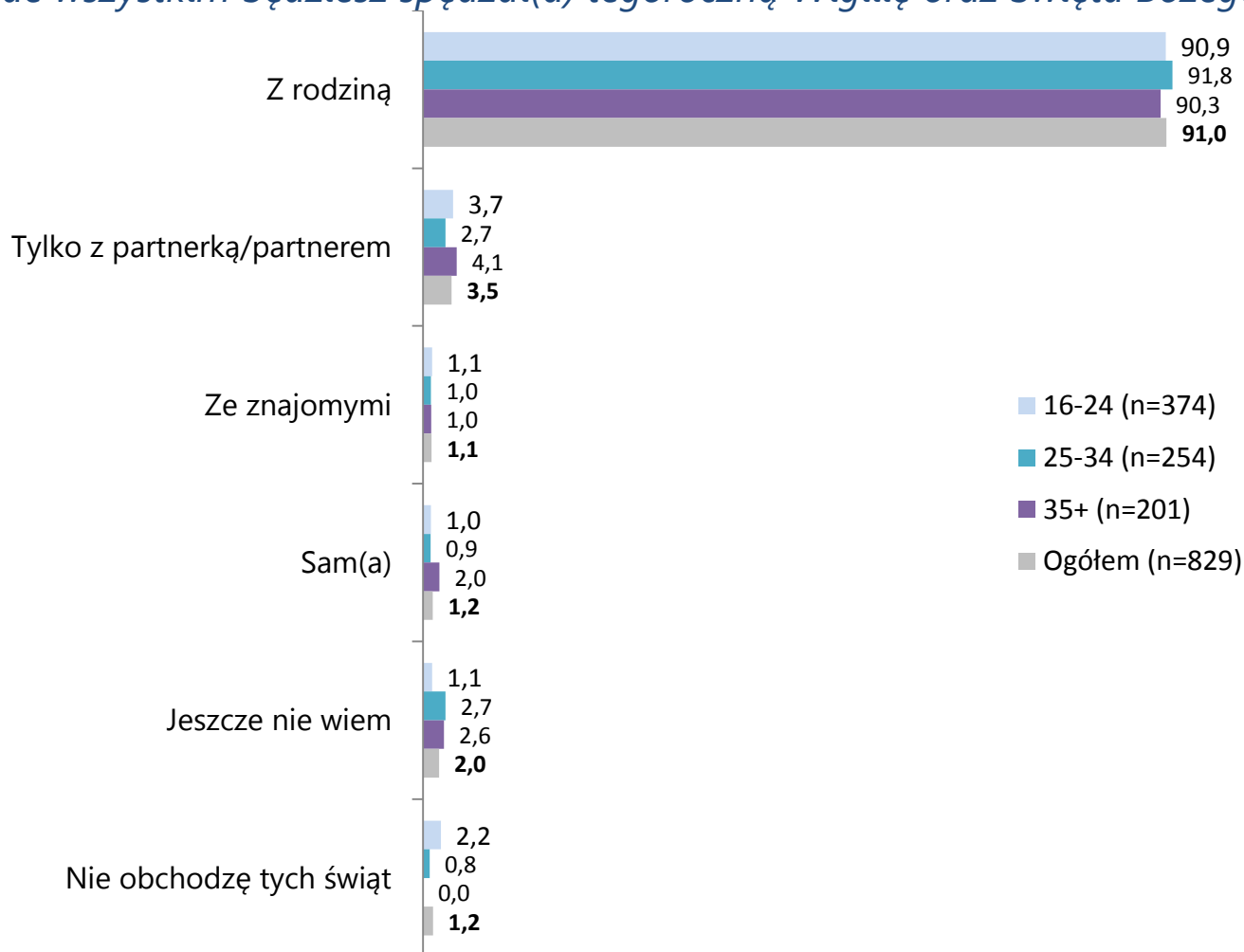
Dane w %

# Szczegółowe wyniki



# Spędzanie Wigilii i Świąt Bożego Narodzenia 1/2

P1. Z kim przede wszystkim będziesz spędzał(a) tegoroczną Wigilię oraz Świąta Bożego Narodzenia?

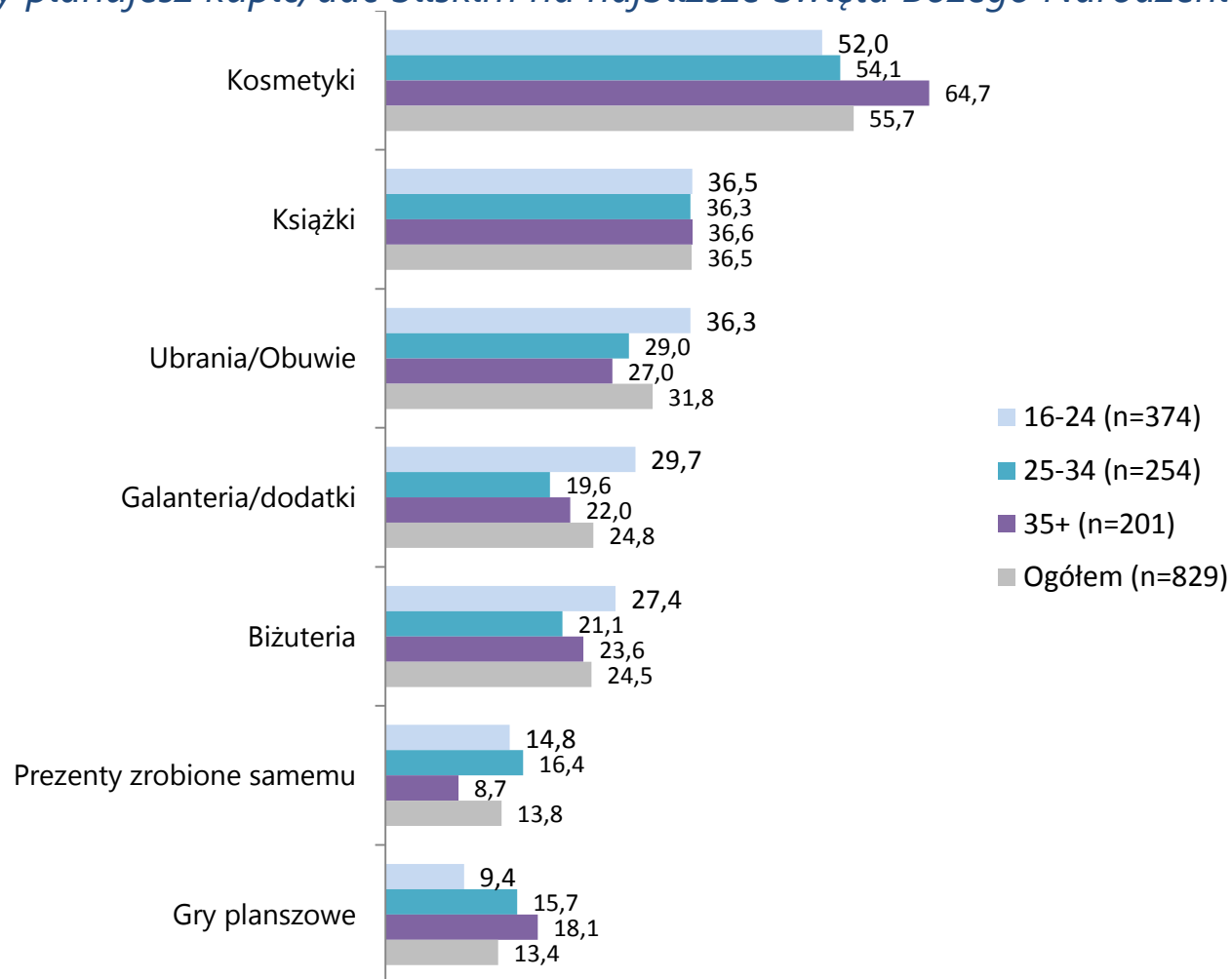


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %

# Prezenty wybierane na Święta 1/4

P2. Jakie prezenty planujesz kupić/dać bliskim na najbliższe Święta Bożego Narodzenia?

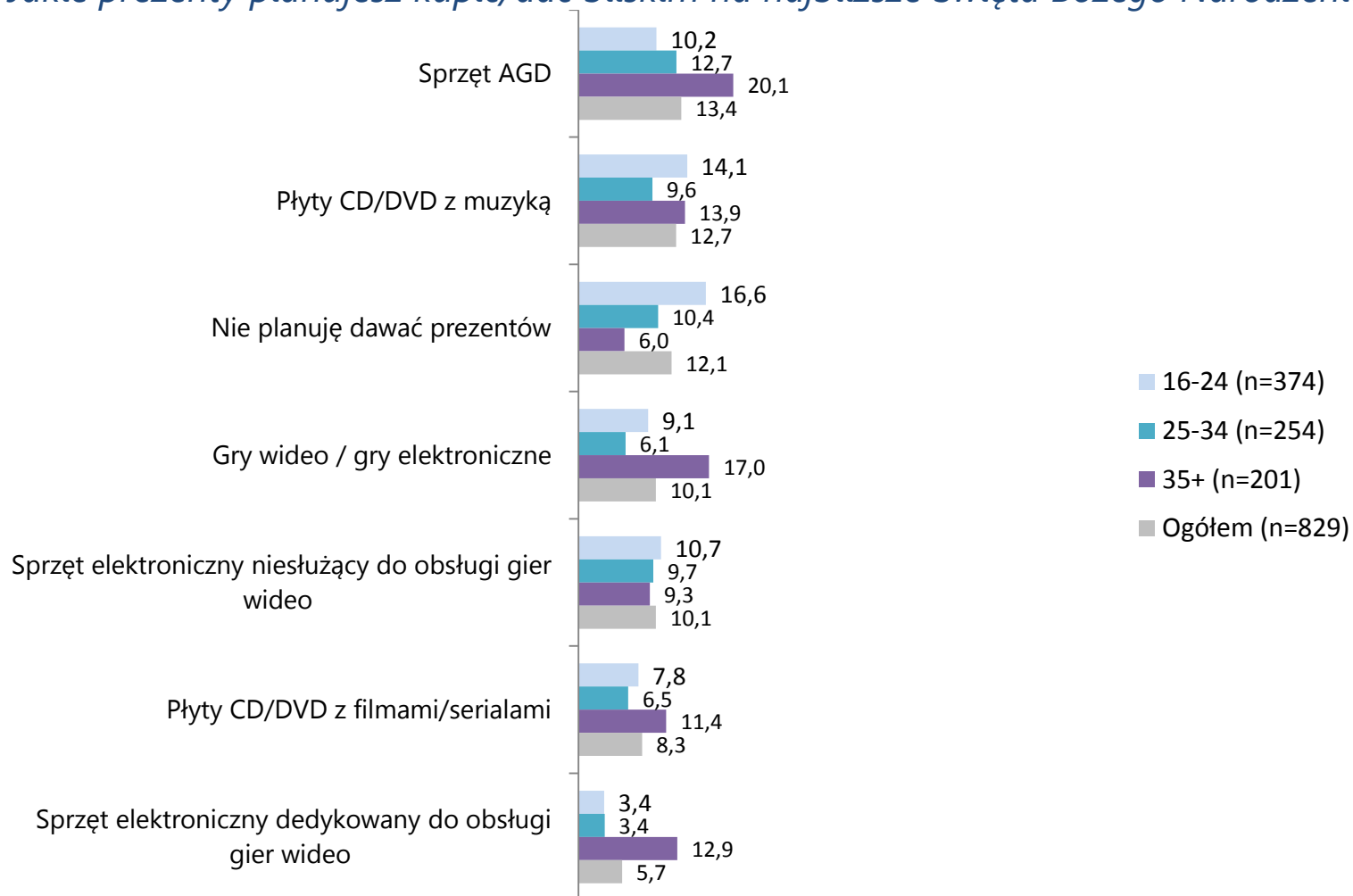


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %

# Prezenty wybierane na Święta 2/4

P2. Jakie prezenty planujesz kupić/dać bliskim na najbliższe Święta Bożego Narodzenia?

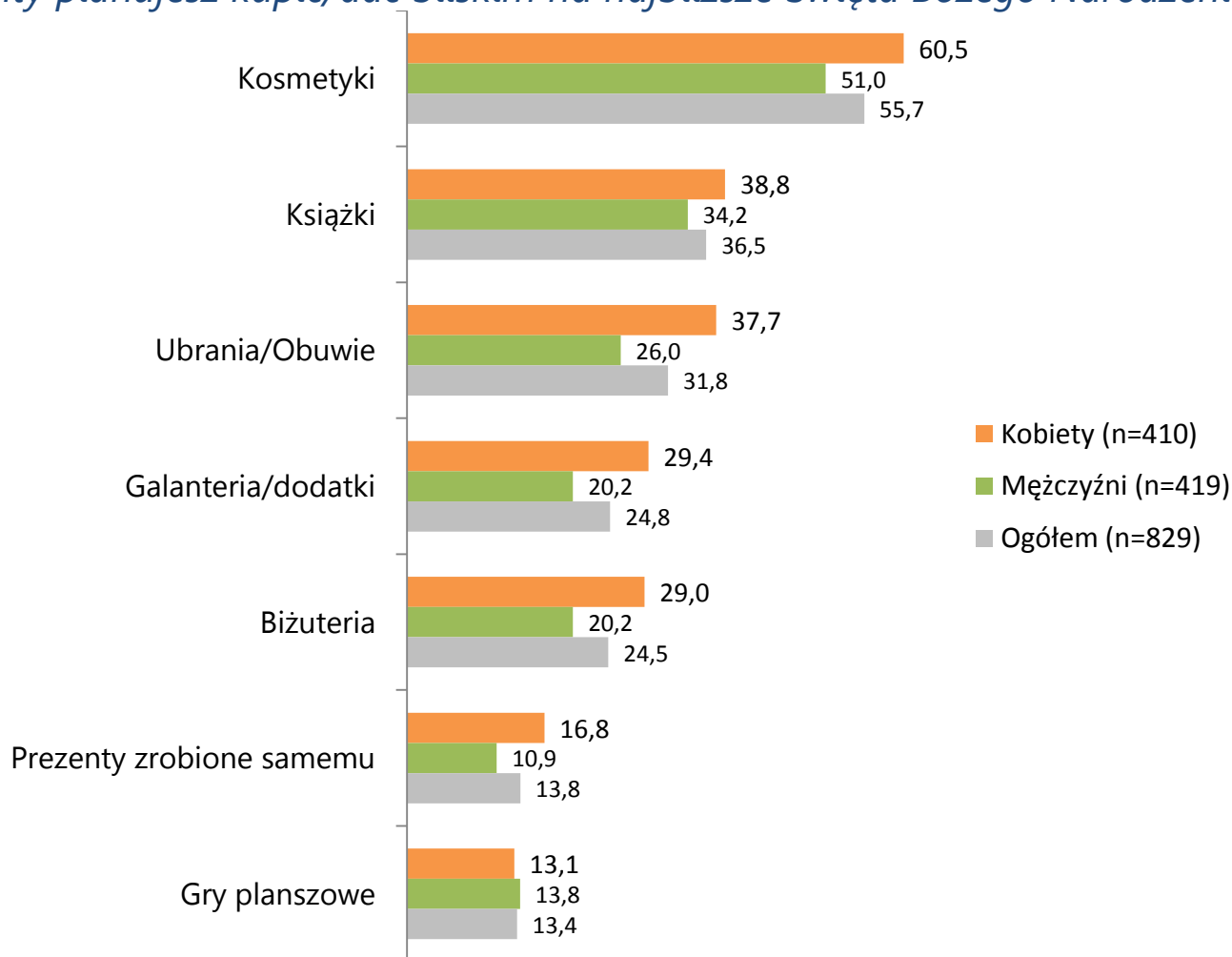


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %

# Prezenty wybierane na Święta 3/4

P2. Jakie prezenty planujesz kupić/dać bliskim na najbliższe Święta Bożego Narodzenia?

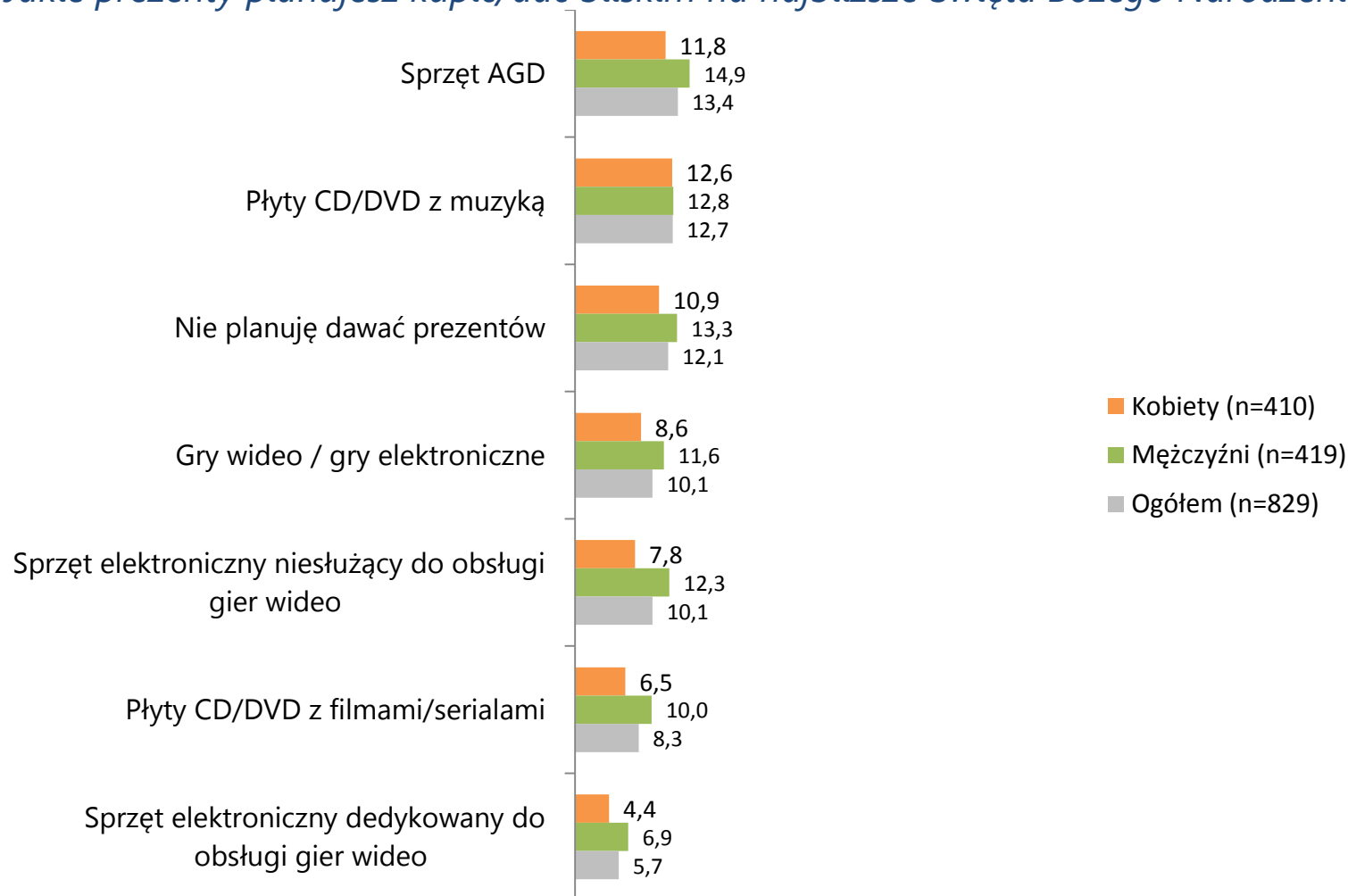


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %

# Prezenty wybierane na Święta 4/4

P2. Jakie prezenty planujesz kupić/dać bliskim na najbliższe Święta Bożego Narodzenia?

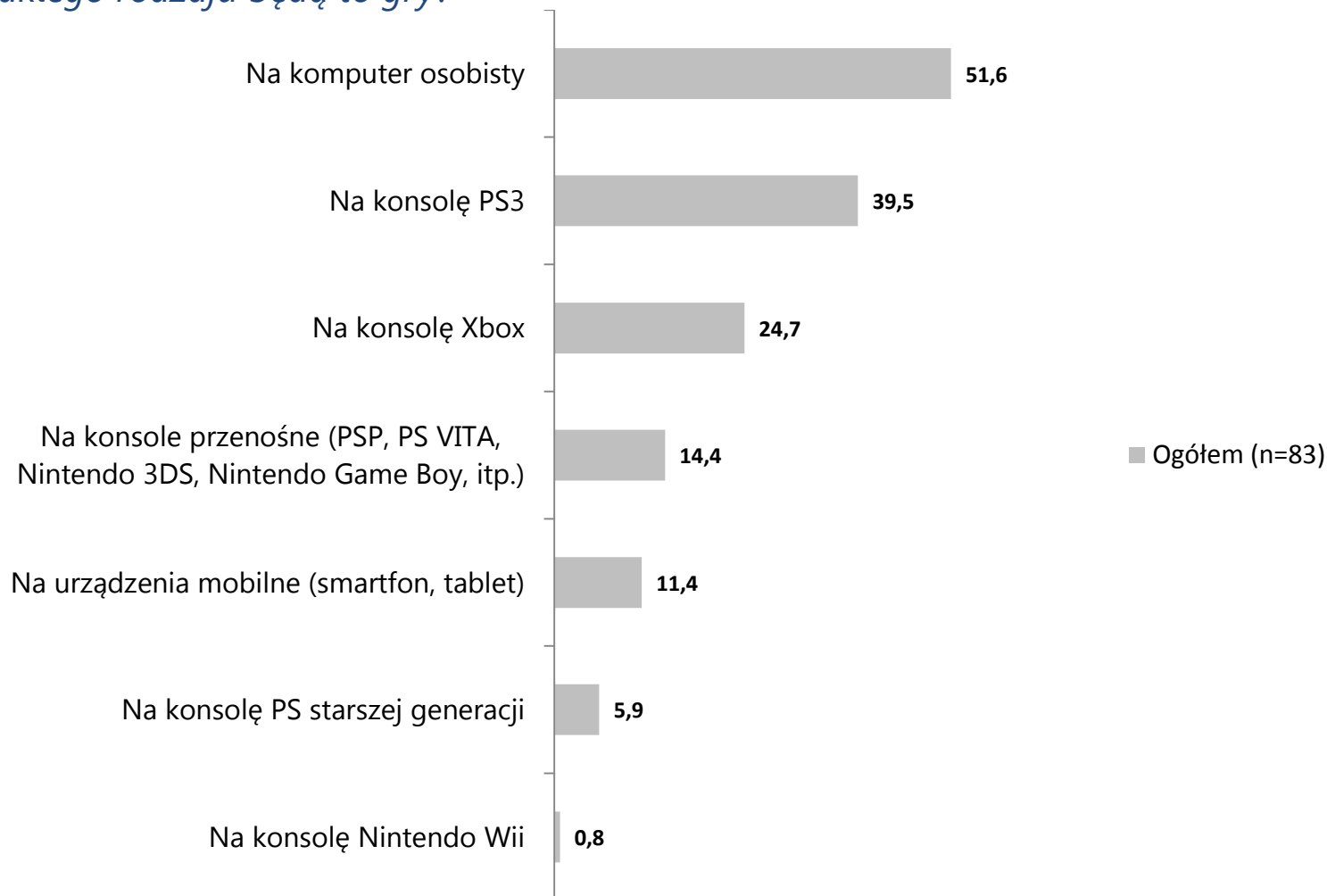


\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

Dane w %

# Rodzaje gier wybieranych na Świąta

P3. Jakiego rodzaju będą to gry?



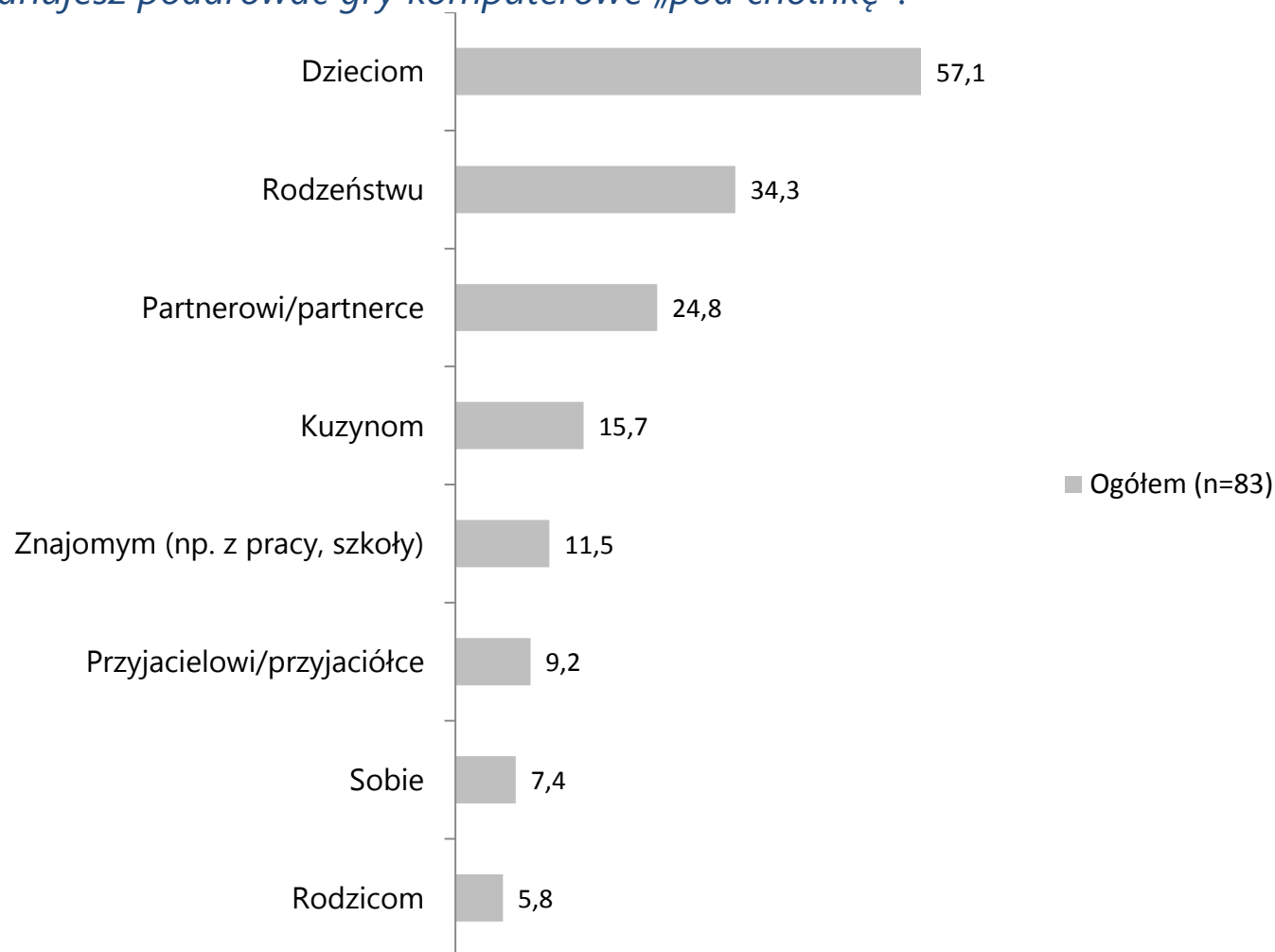
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne

Dane w %

# Osoby, którym kupujemy gry pod choinkę

P4. Komu planujesz podarować gry komputerowe „pod choinkę“?



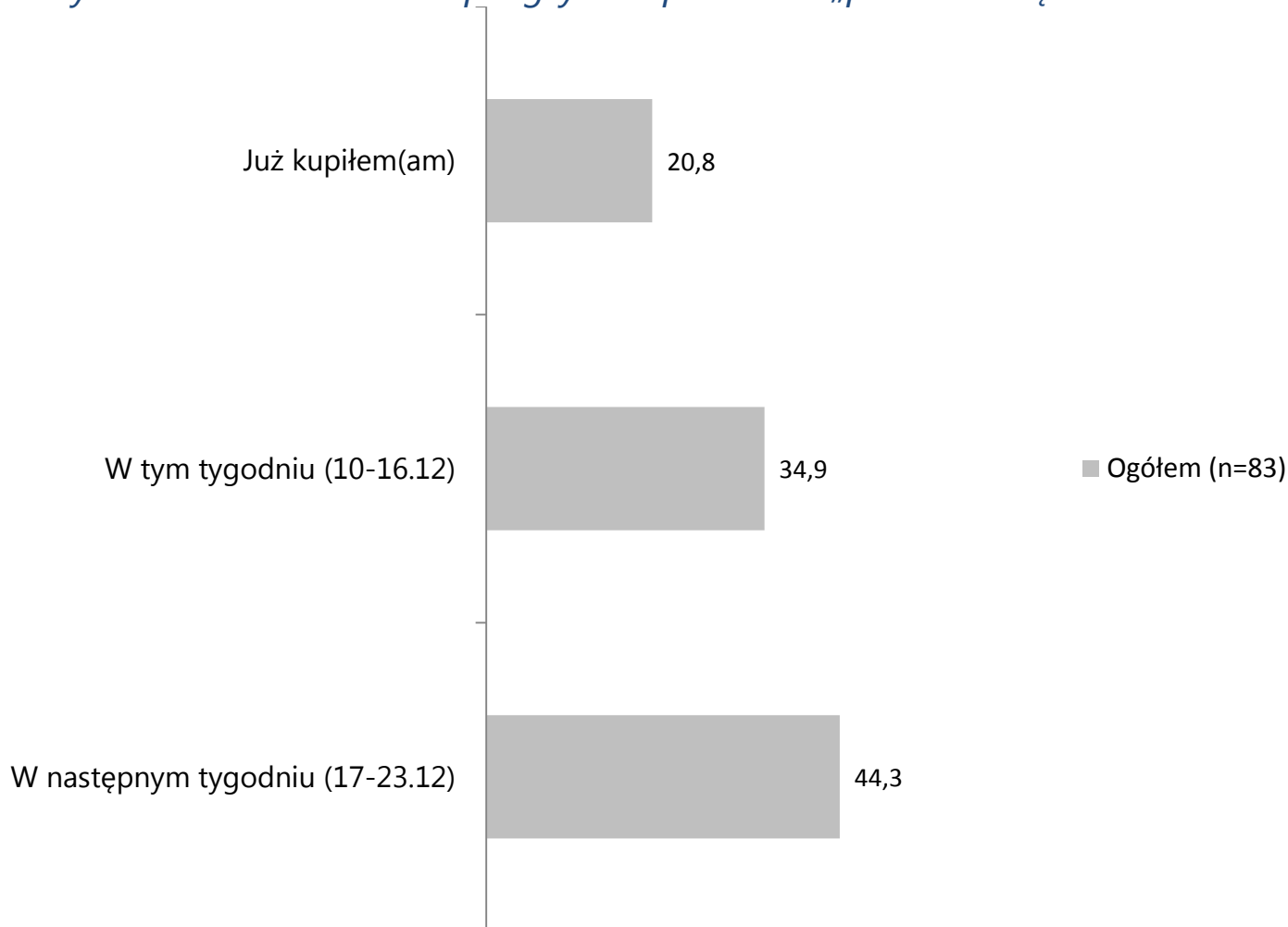
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne

Dane w %

# Czas zakupu gier komputerowych pod choinkę

P10. Kiedy w tym roku zamierzasz kupić gry komputerowe „pod choinkę“?



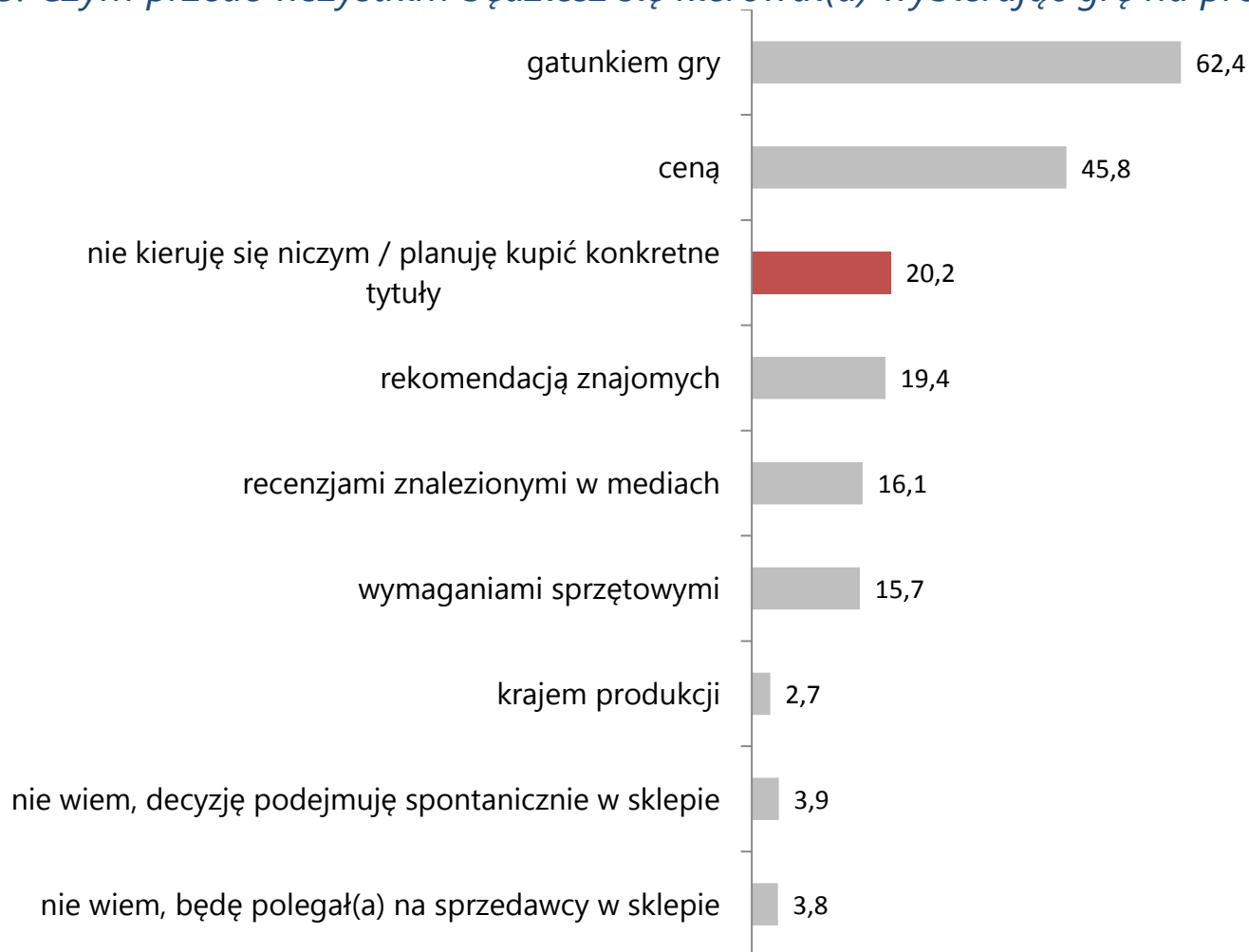
Dane w %

\*\* tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne



# Czynniki decydujące o wyborze gier na prezent

P13. Czym przede wszystkim będziesz się kierował(a) wybierając grę na prezent?



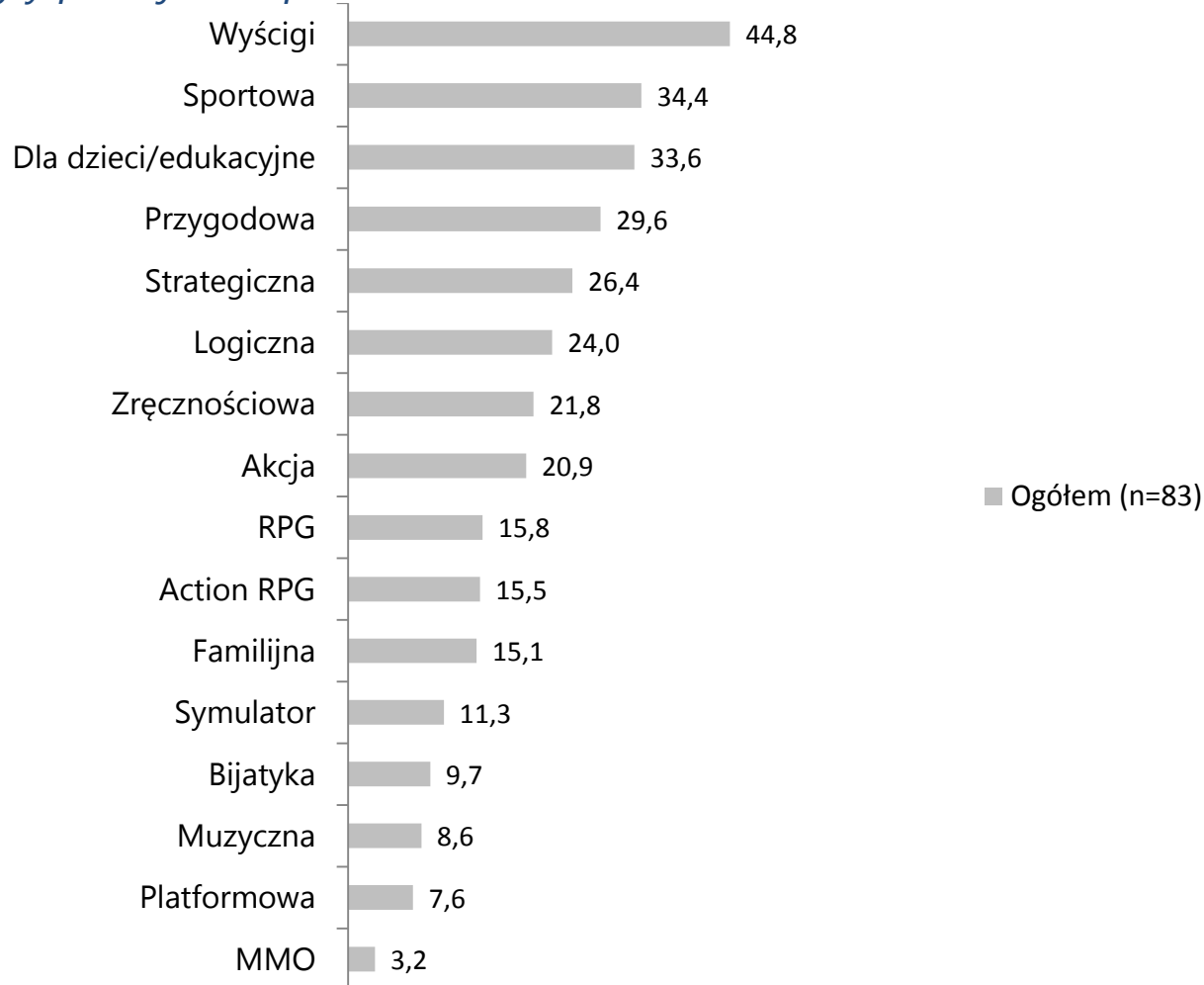
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne

Dane w %

# Gatunki gier wybierane na Święta

P15. Jakie gatunki gry planujesz kupić?



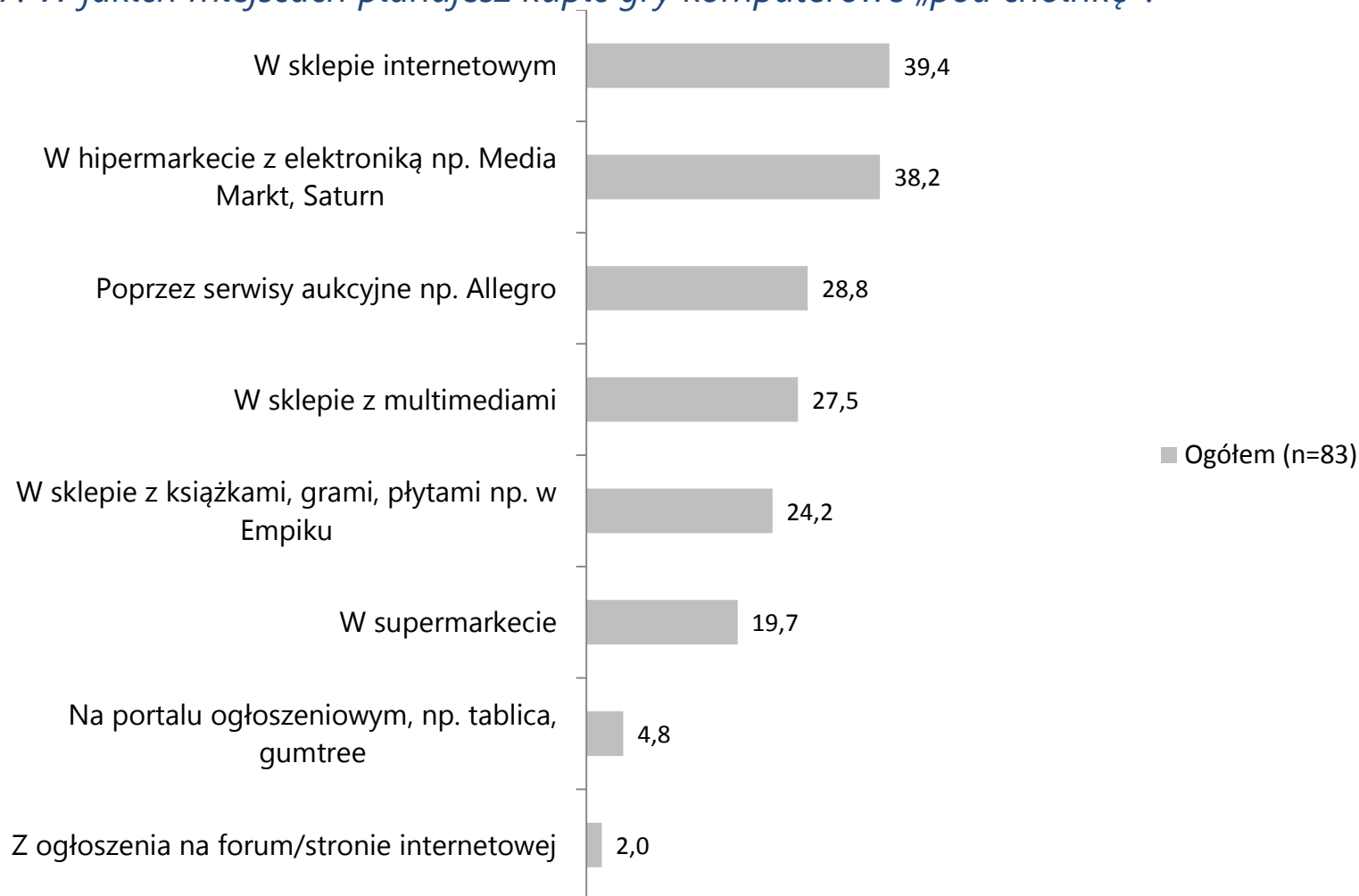
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne

Dane w %

# Miejsca zakupu gier komputerowych pod choinkę

P17. W jakich miejscach planujesz kupić gry komputerowe „pod choinkę”?



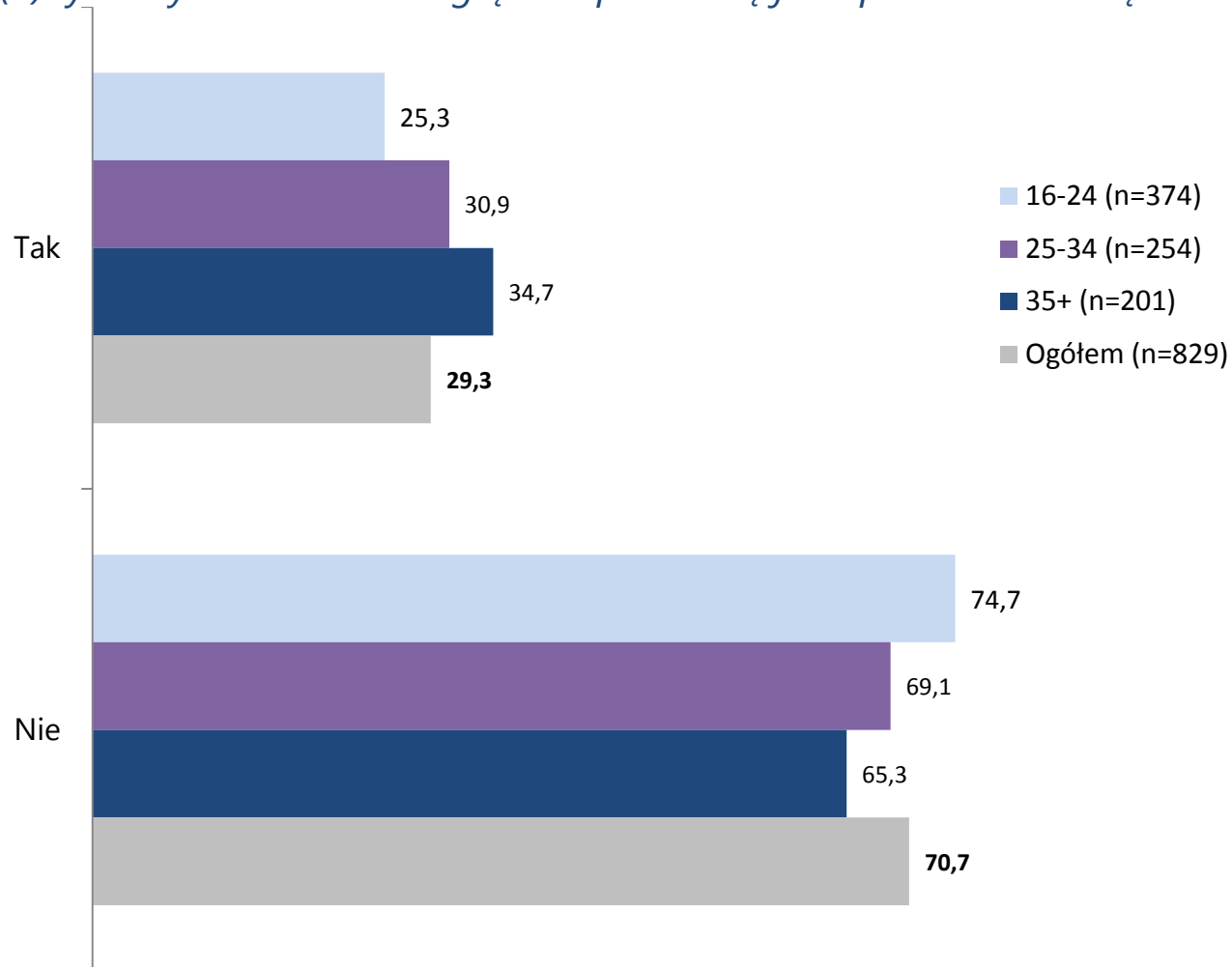
\* **Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi**

\*\* **tylko osoby, które kupią na prezent gry video lub elektroniczne**

Dane w %

# Chęć otrzymania gry 1/2

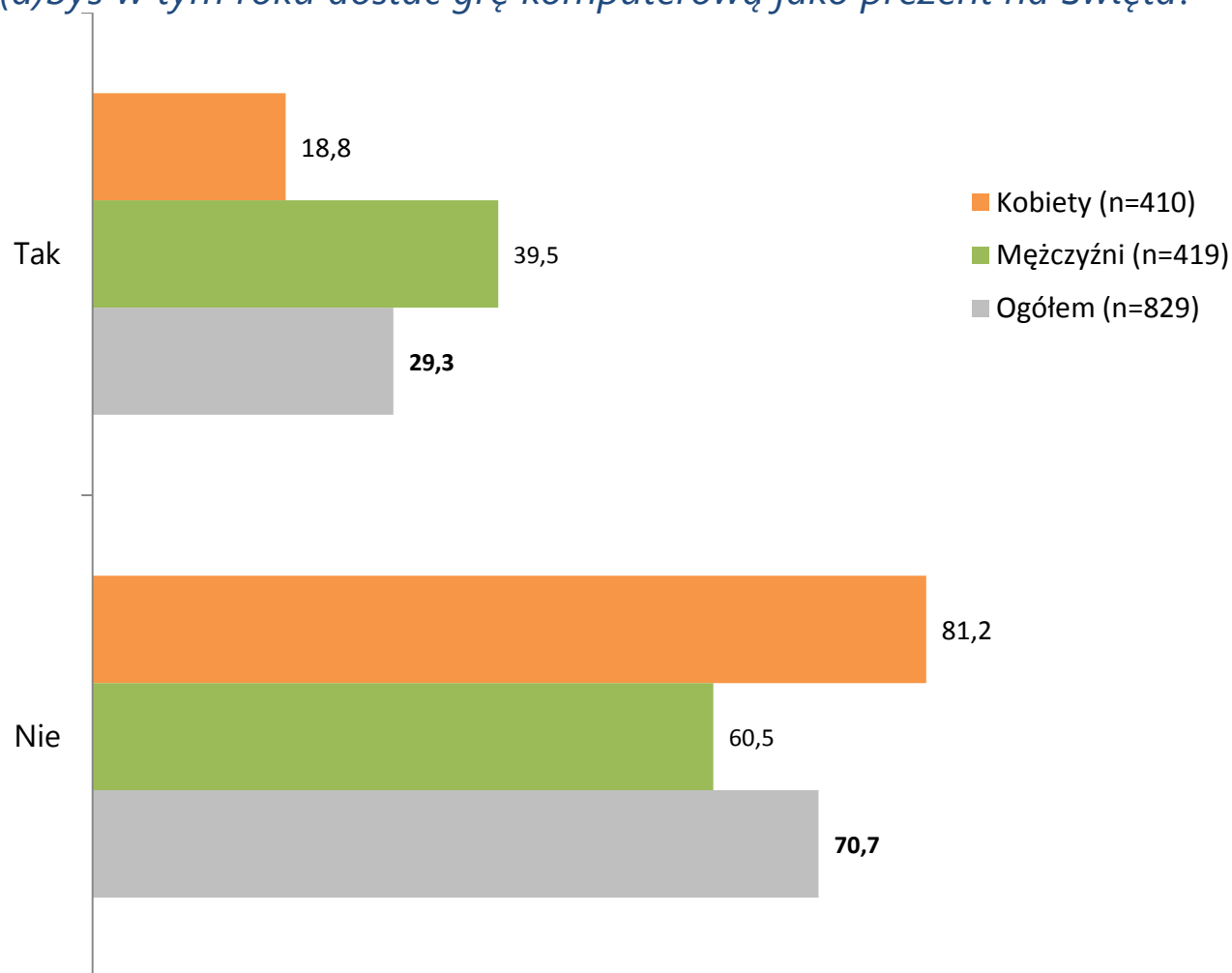
P18. Czy chciał(a)byś w tym roku dostać grę komputerową jako prezent na Święta?



Dane w %

## Chęć otrzymania gry 1/2

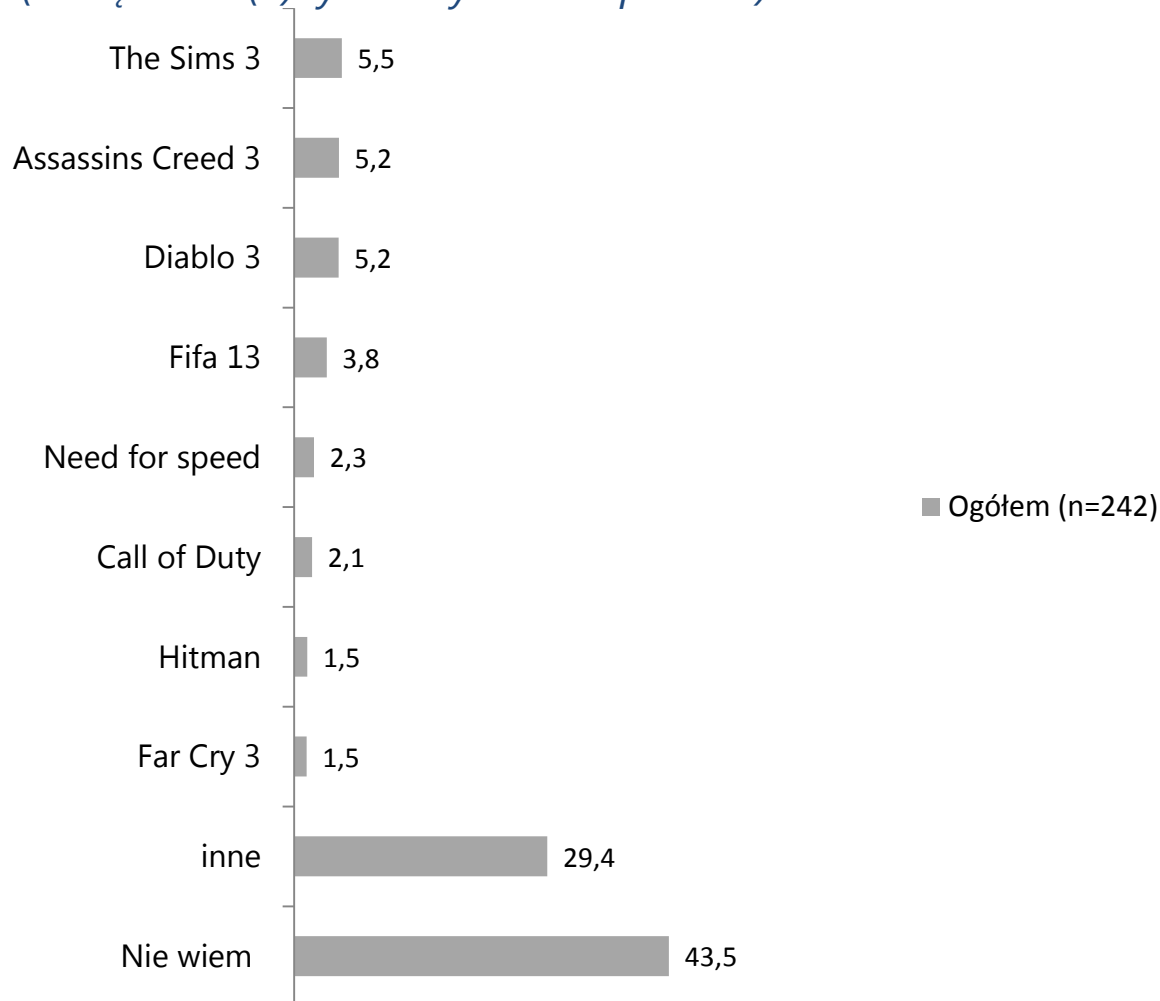
P18. Czy chciał(a)byś w tym roku dostać grę komputerową jako prezent na Święta?



Dane w %

# Marki gier na prezent pod choinkę

P19. Jak byłaby to gra? (którą chciał(a)byś otrzymać na prezent)



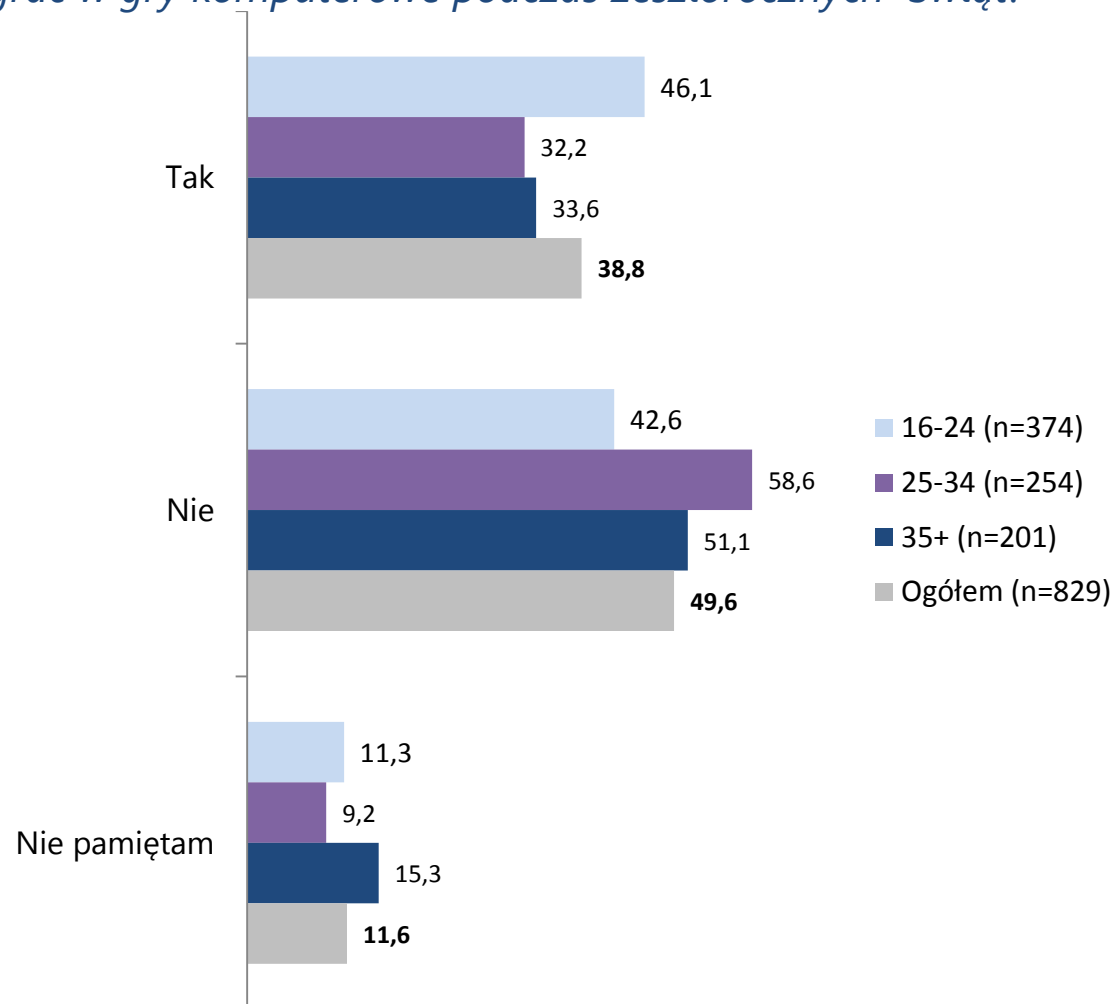
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które chcą dostać grę

Dane w %

# Granie w gry podczas zeszłorocznych Świąt 1/2

P20. Czy zdarzyło Ci się grać w gry komputerowe podczas zeszłorocznych Świąt?



Dane w %

# Granie w gry podczas zeszłorocznych Świąt 2/2

P20. Czy zdarzyło Ci się grać w gry komputerowe podczas zeszłorocznych Świąt?

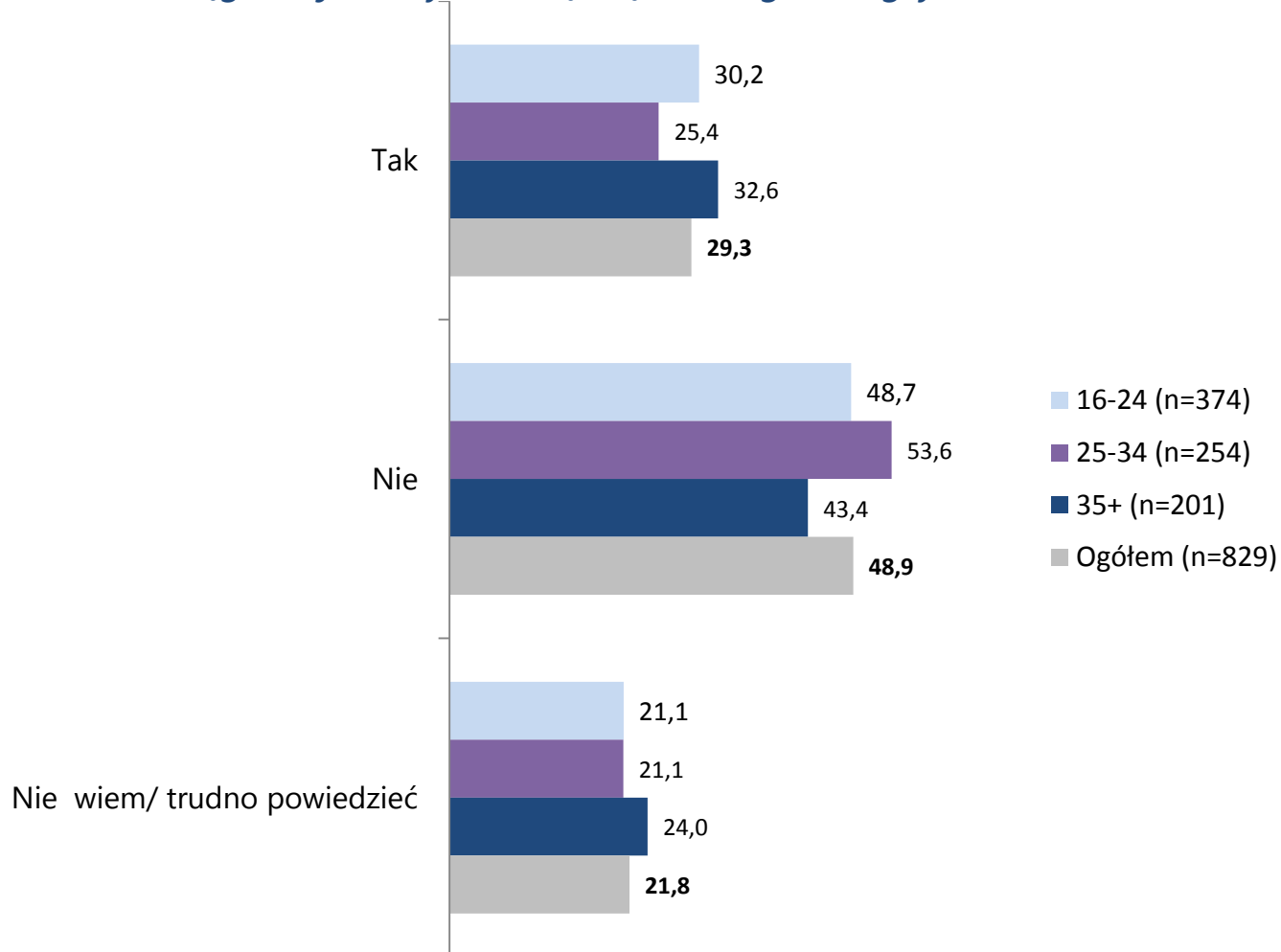


Dane w %



# Granie w gry podczas najbliższych Świąt 1/2

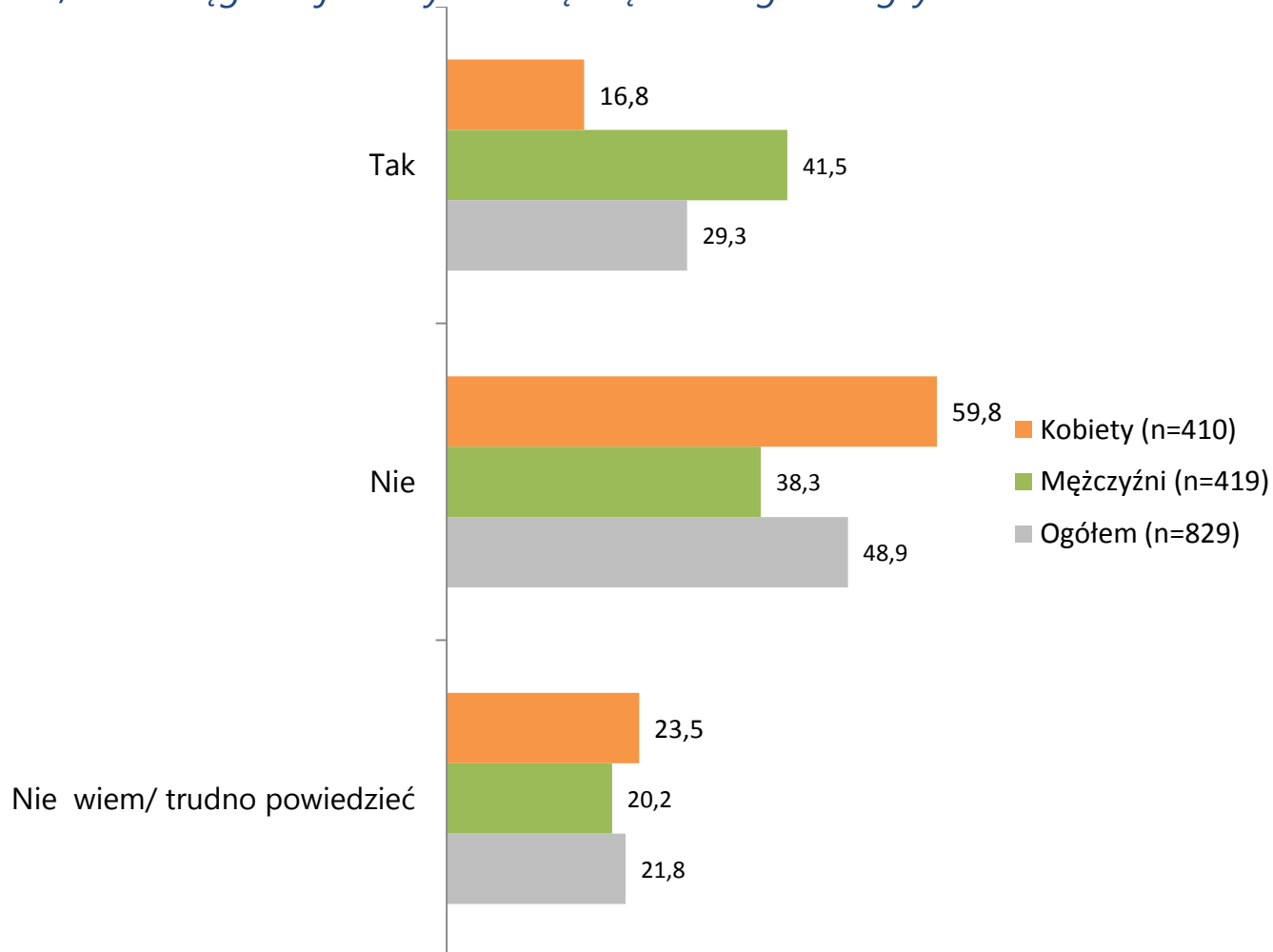
P21. Czy myślisz, że w ciągu najbliższych świąt będziesz grał w gry?



Dane w %

## Granie w gry podczas najbliższych Świąt 2/2

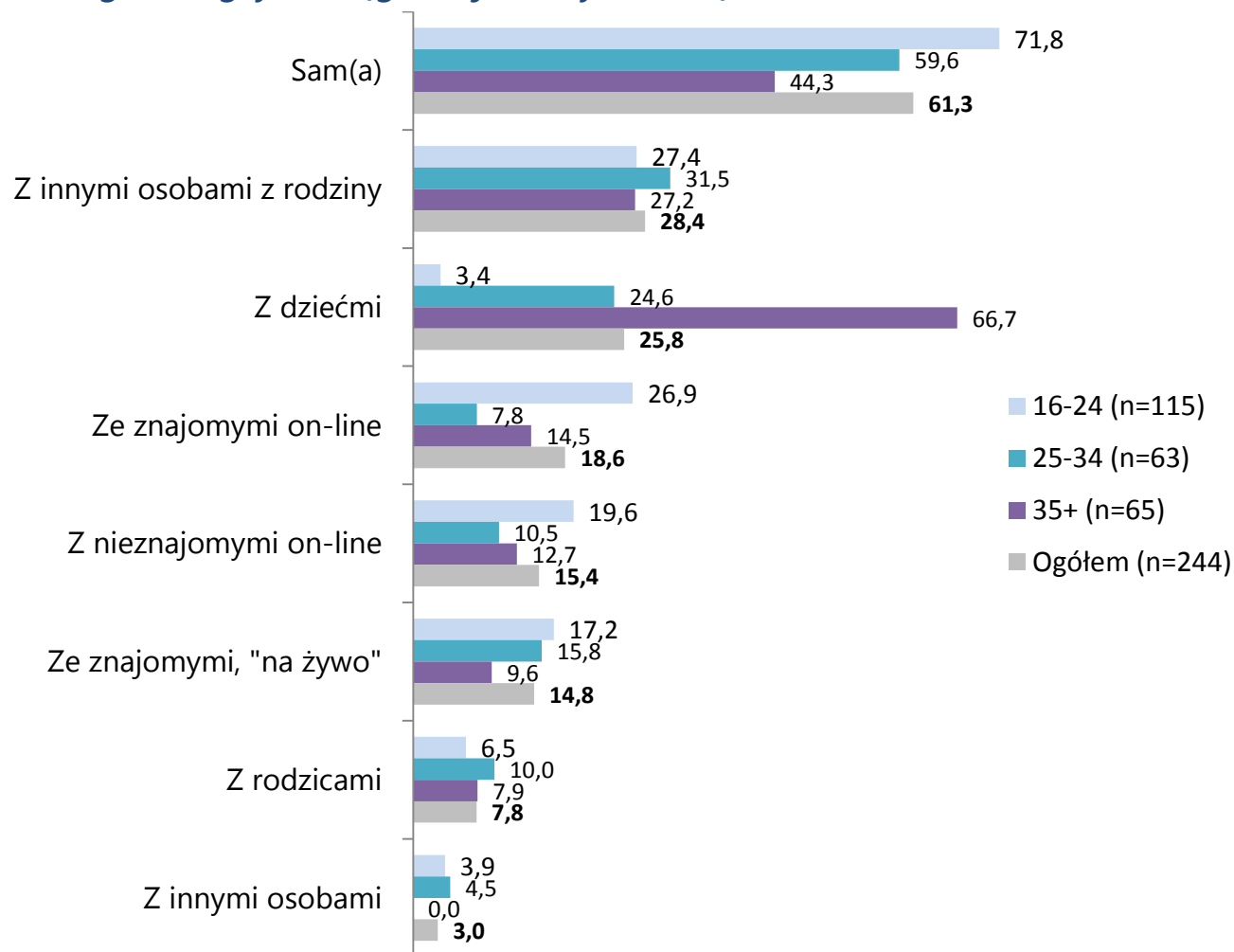
P21. Czy myślisz, że w ciągu najbliższych świąt będziesz grał w gry?



Dane w %

# Osoby którymi gramy w Świąta 1/3

P25. Z kim będziesz grał w gry w ciągu najbliższych świąt?



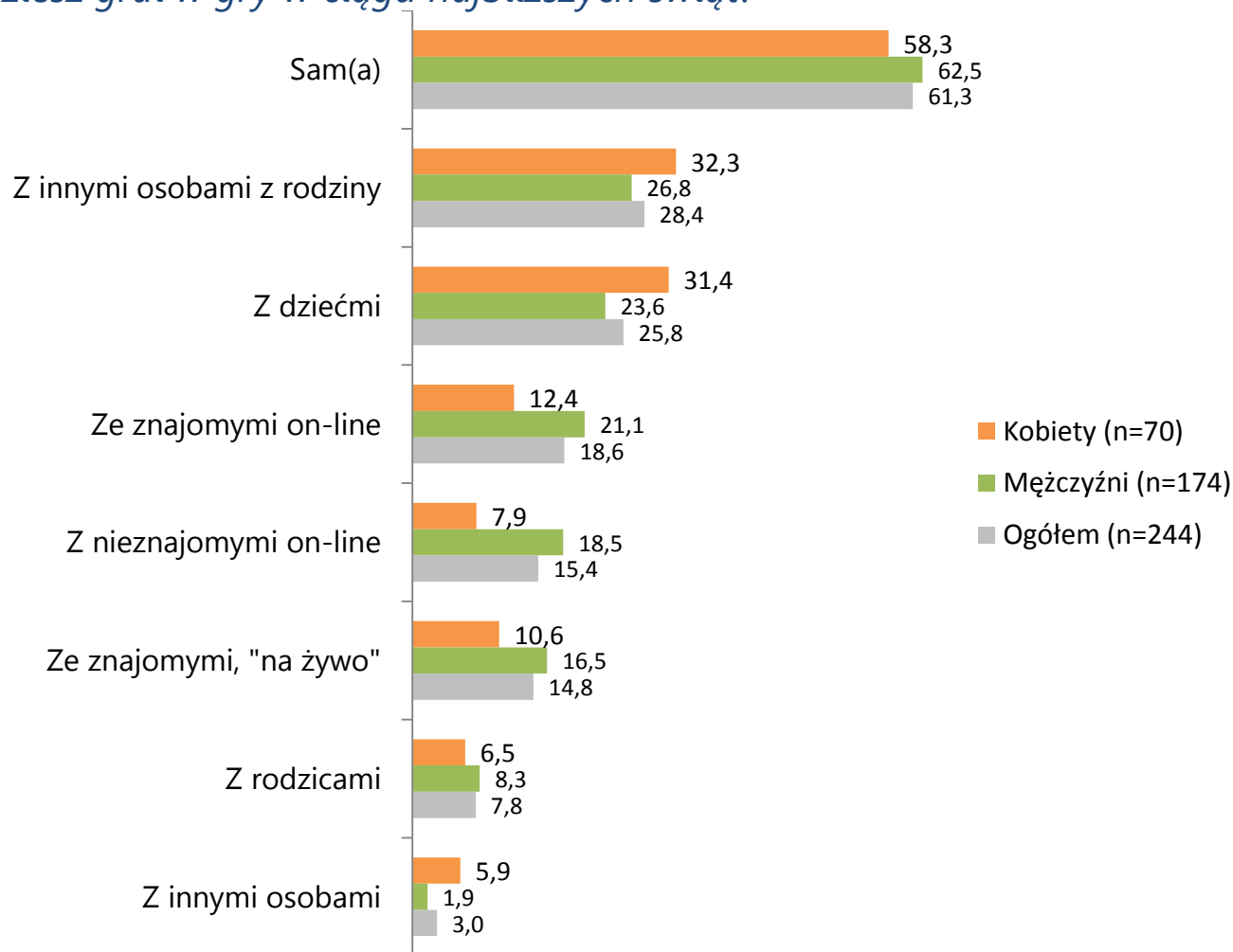
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które planują grać w gry w najbliższe Świąta

Dane w %

# Osoby którymi gramy w Świąta 2/3

P25. Z kim będziesz grał w gry w ciągu najbliższych świąt?



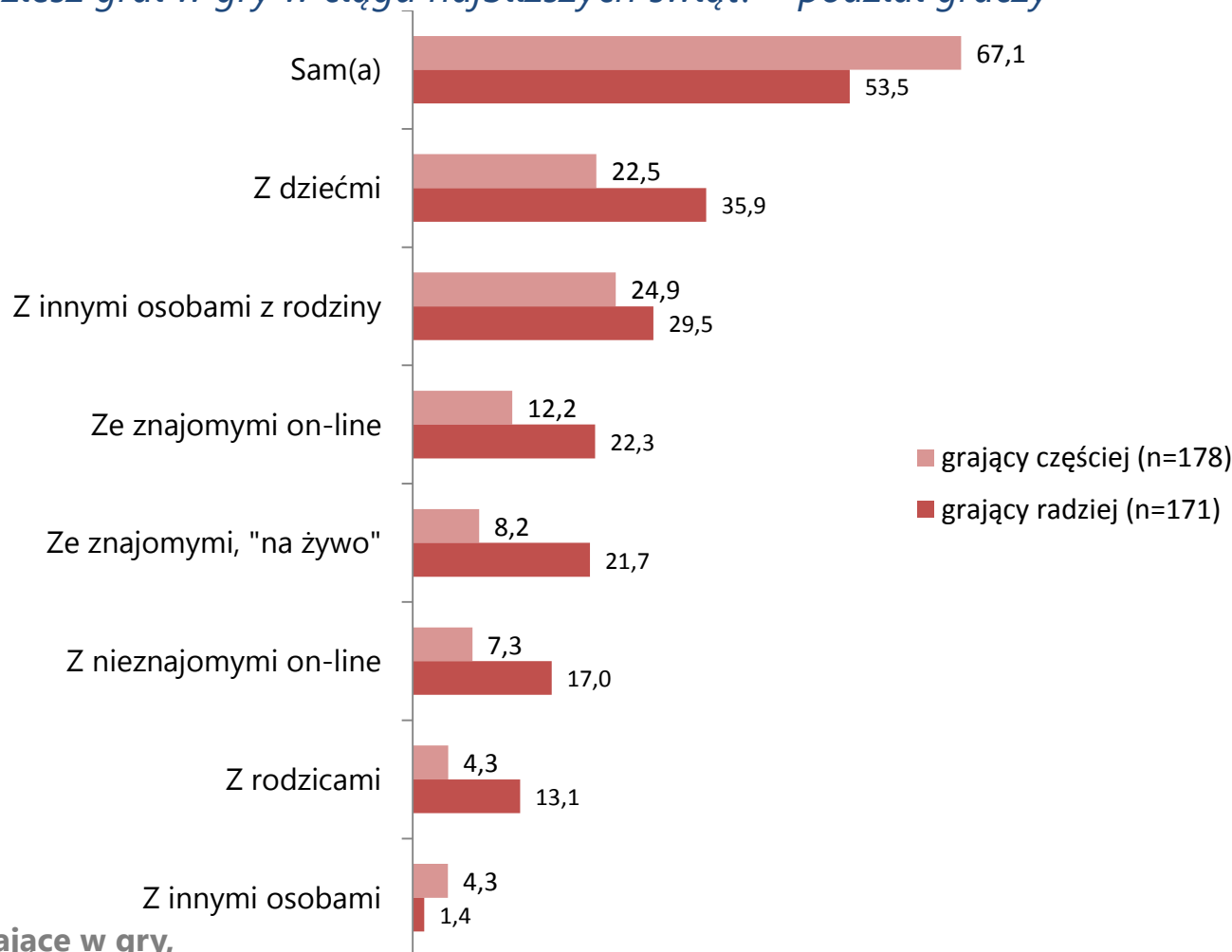
\* Możliwość wybrania więcej niż 1 odpowiedzi

\*\* tylko osoby, które planują grać w gry w najbliższe Świąta

Dane w %

# Osoby którymi gramy w Świąta 3/3

P25. Z kim będziesz grał w gry w ciągu najbliższych świąt? – podział graczy



Dane w %

N=349 osoby grające w gry,

częściej = codziennie, kilka razy w tygodniu, raz w tygodniu;

Rzadziej = kilka razy w miesiącu, raz w miesiącu, rzadziej niż raz w miesiącu

Dane w %



**SW RESEARCH**  
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

## Kontakt

[p.zimolzak@swresearch.pl](mailto:p.zimolzak@swresearch.pl)

[a.witkowska@swresearch.pl](mailto:a.witkowska@swresearch.pl)

+48 511 088 084

+48 506 976 628