



Изследване на познатостта и нагласите към сериозните игри

*Резултати от проведеното маркетингово изследване
Април, 2011 година*

Целеви групи

Агенция Прагматика проведе маркетингово проучване на нивото на информираност и нагласите към сериозните игри на представителите на две основни целеви групи:

Потенциални потребители
на “Сериозни игри”

- Студенти
- Представители на месни МСП (мениджъри, директори по човешки ресурси и обучение, служители)

Потенциални създатели
на “Сериозни игри”

- Софтуерни компании
- Преподаватели
- Консултантски фирми, организиращи различни обучения

Изследователски цели

Дефинираните целеви групи предопределят две основни направления на изследването със съответни специфични цели:

Направление 1: Изследване сред потенциални потребители на сериозни игри.

Цели:

- Да се изследва информираността относно сериозните игри;
- Да се изследват нагласите относно сериозните игри;
- Да се изследва склонността към ползване/участие в сериозни игри;
- Да се оценят факторите, влияещи върху потребителския избор;
- Да се изследват причините, поради които изследваните лица ползват сериозни игри.

Направление 2: Изследване сред потенциални създатели на сериозни игри.

Цели:

- Да се изследват познанията и информираността относно сериозните игри;
- Да се изследват нагласите относно сериозните игри;
- Да се изследва склонността към разработването на сериозни игри;
- Да се изследват причините "за" и "против" разработването на сериозни игри.

Методология

Вид на изследването

On-line базирано количествено изследване.

Целева съвкупност

Съвкупност 1: Потенциални потребители на "Сериозните игри" (дефинирани по-горе)

Съвкупност 2: Потенциални създатели на "Сериозните игри" (дефинирани по-горе)

Метод за събиране на данни

Интернет анкета

Обем на извадката

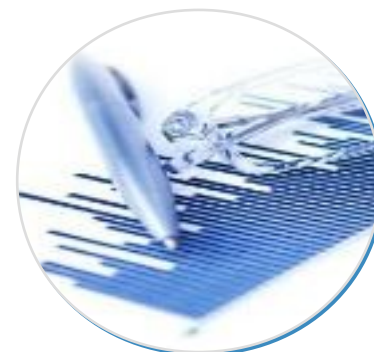
Съвкупност 1: $n=350$

Съвкупност 2: $n= 50$

Обхват

Национален обхват

Управленско обобщение



Управленско обобщение (1)

- Проведеното маркетингово изследване установи, че на този етап в България малка част от представителите на дефинираните целеви групи са запознати с понятието “сериозни игри”. При потенциалните потребители делът на запознатите е 23%, а при потенциалните създатели – 34%.
- Очевидно липсва информация по темата, което всъщност е причина за ниската степен на запознатост на лицата.
- Оказва се, че основни източници на информация, които до момента са използвали потенциални потребители са били интернет, приятели и познати. За разлика от тях, голяма част от запознатите потенциални създатели са научили за сериозните игри от работата си.
- Важно е да се отбележи, че като цяло дори и лицата, които са чували за сериозните игри, не ги познават в дълбочина.

Управленско обобщение (2)

- Оказва се, че едва около 7 на сто от представителите на съвкупността на потенциалните потребители са играли някога на сериозни игри.
- При потенциалните създатели положението е сходно. Пренебрежимо малка част от тях са участвали в разработването на сериозни игри.
- В същото време след като на определен етап от изследването представителите на двете съвкупности бъдат запознати със същността на сериозните игри, болшинството от тях проявяват интерес и позитивна нагласа към този метод на обучение.
- Преобладаващата част от респондентите в двете съвкупности заявяват, че сериозните игри биха намерили подходящо приложение в тяхната организация.
- Освен това, сред лицата, които вече са имали досег до сериозни игри е налице висока склонност към препоръка. Всичко това красноречиво говори за високия потенциал за развитие на сериозните игри в България.

Управленско обобщение (3)

- На този етап, представителите и на двете изследвани съвкупности посочват като главна пречка за разработването и прилагането на сериозните игри у нас е липсата на информация по темата. Друга често посочвана причина е свързана с предполагаемата първоначална финансова инвестиция.
- Не малка част от потенциалните създатели на сериозни игри се притесняват от липсата на познания и обучени експерти в тази специфична област.
- Може да се заключи, че като цяло и двете изследвани съвкупности имат положително отношение към сериозните игри. Основна препоръка, която може да се изведе след проведеното изследване е да се планира активна комуникация чрез комбинация от различни средства и комуникационни канали.
- Препоръчително е комуникацията да е диференцирана като комуникационния подход се адаптира към конкретните реципиенти – потребители, създатели, училища и университети.



Раздел I: Потенциални потребители на “Сериозни игри”



pragmatica
MARKETING RESEARCH AGENCY



Обобщение за потенциалните потребители (1)

- Проведеното маркетингово изследване показва, че близо 76% от представителите на съвкупността "потенциални потребители" не са чували за понятието "сериозни игри".
- Оказва се, че дори тези, които са чували за сериозните игри са слабо запознати. Само около 25% от тях знаят какво точно представляват те. Останалите са запознати отчасти или само са чували за тях.
- Интересно е да се отбележи, че приблизително половината от лицата, които са чували за сериозните игри не се сещат за нито една игра в момента.
- Понятието "сериозни игри" тепърва започва да се използва. Доказателство за това е фактът, че близо 50% от хората, които са чували за сериозните игри са научили за тях през последната година.
- Имайки предвид, че понятието е сравнително ново за България е обясним фактът, че само 6,6% от изследваните лица са играли на сериозни игри поне веднъж.

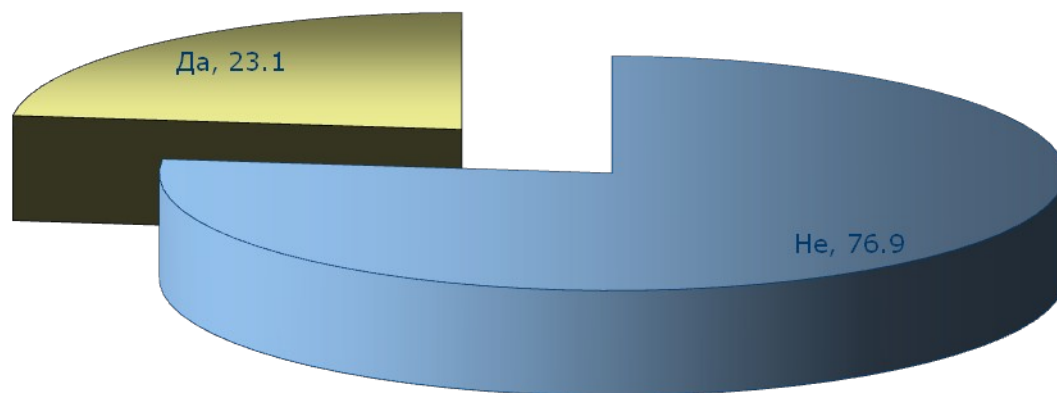
Обобщение за потенциалните потребители (2)

- След като се запознаят с понятието “сериозни игри” почти всички изследвани лица заявяват, че според тях сериозните игри са подходящи за обучение и на възрастни и че би им било интересно да играят такива игри в бъдеще.
- Освен това близо 40% от изследваните лица считат, че сериозните игри биха дали по-добри резултати в сравнение с други инструменти за обучение.
- Трябва да се отбележи, че не малка част от лицата излагат предположенията си, че сериозните игри са твърде скъпи.
- Налице е сравнително високо ниво на желание за ползване на сериозните игри, но като основните пречки, които стоят пред въвеждането им в организациите изпъкват липсата на информация и финансови средства.
- Някои проявяват недоверие в метода и липсата на интерес, което вероятно в голяма степен е свързано и с непознаването на метода.



Известност на сериозните игри

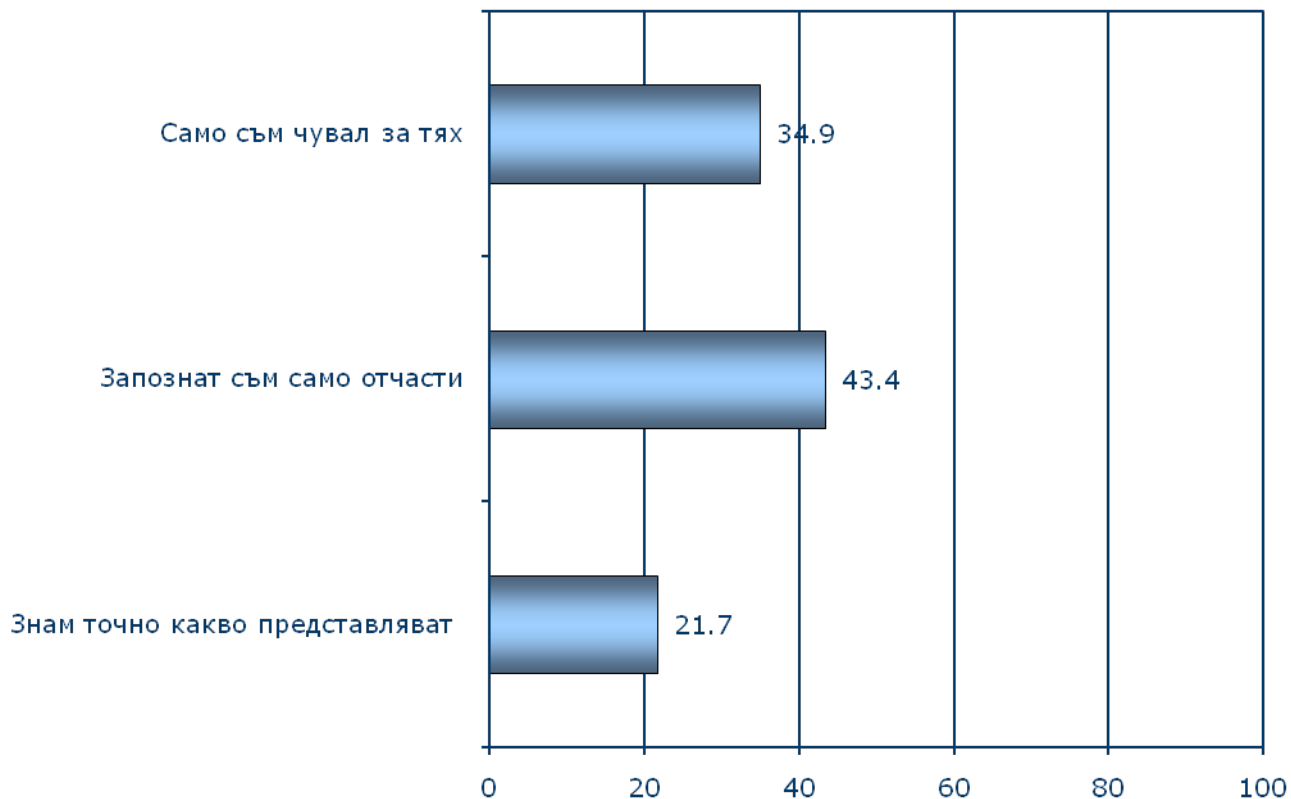
Чували ли сте за понятието „сериозни игри“?
(в %)





Запознатост

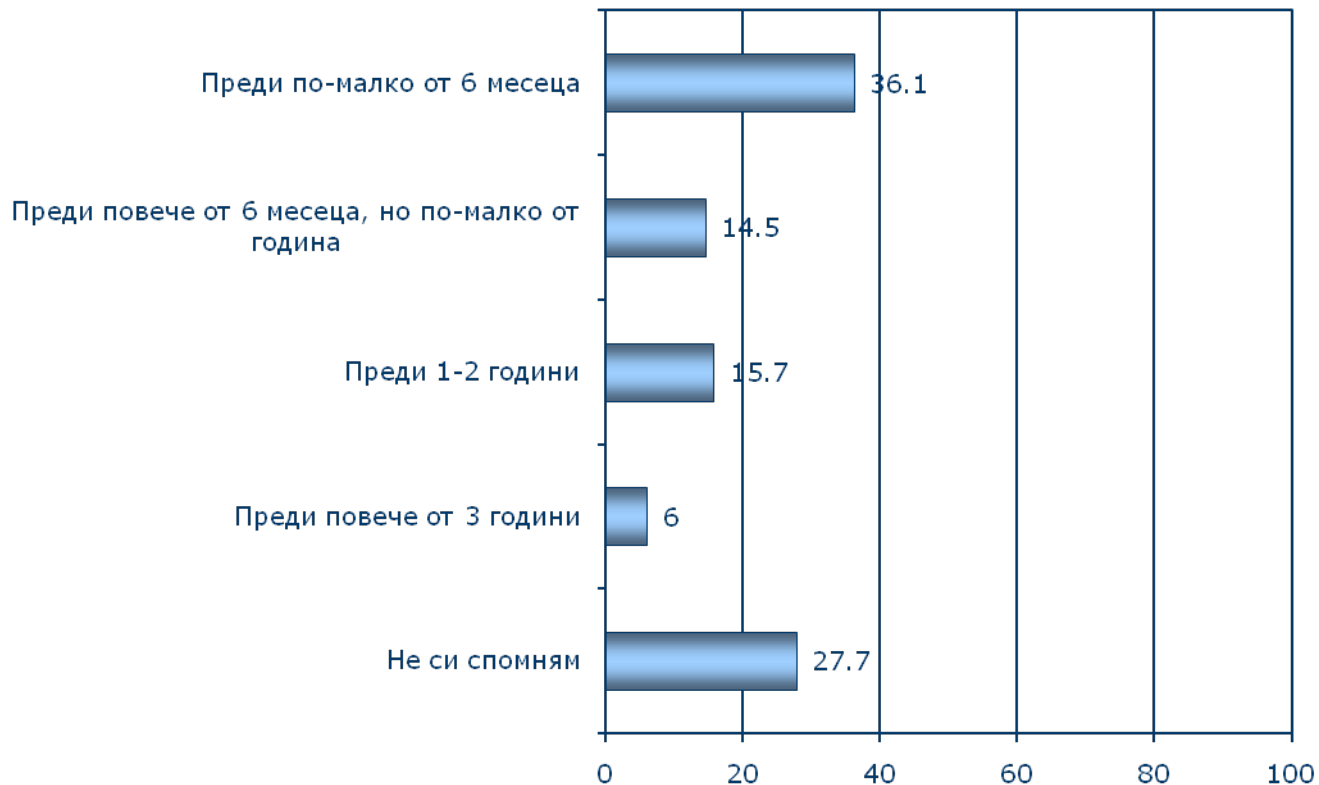
Доколко сте запознат със „сериозните игри“? (в %)





Първи контакт

Кога беше първият път, когато чухте за „сериозните игри“?
(в %)





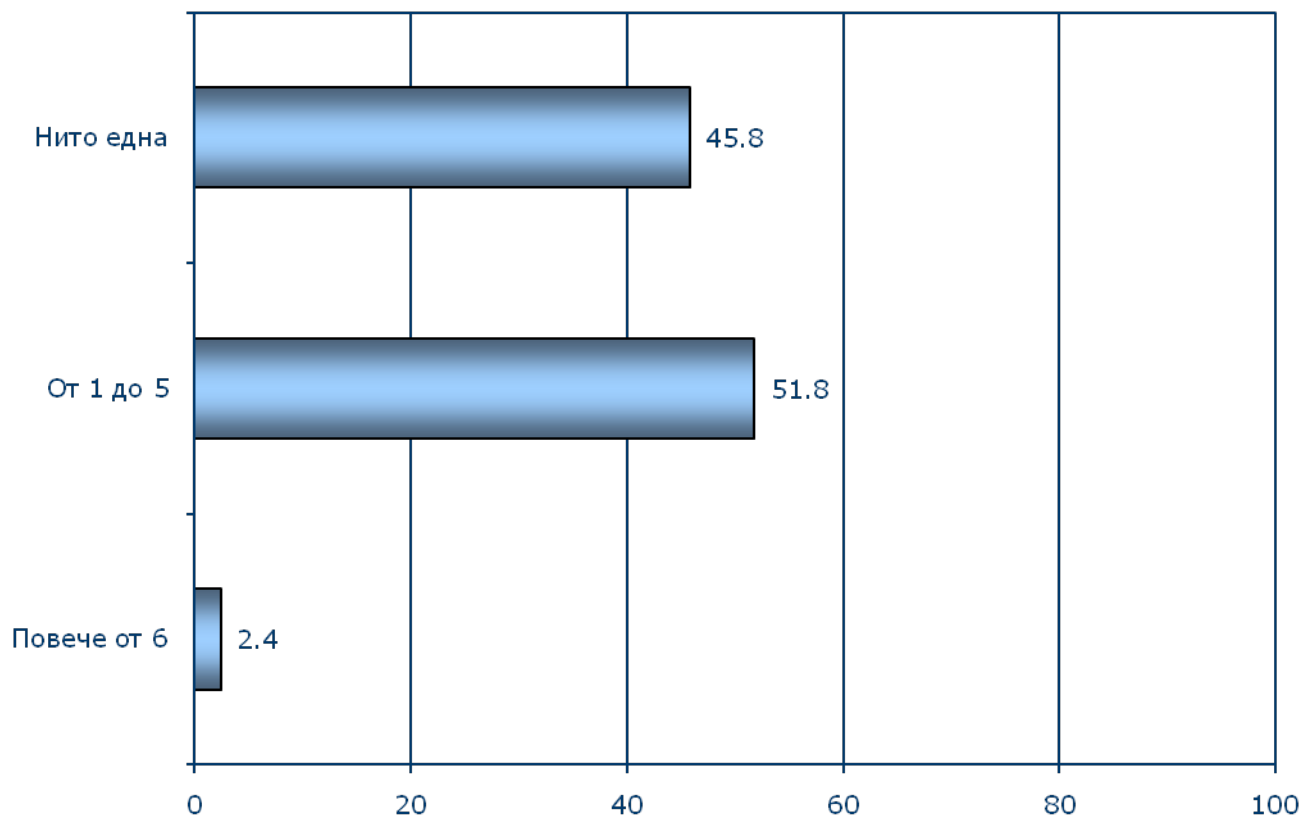
Информационни канали





Познати сериозни игри

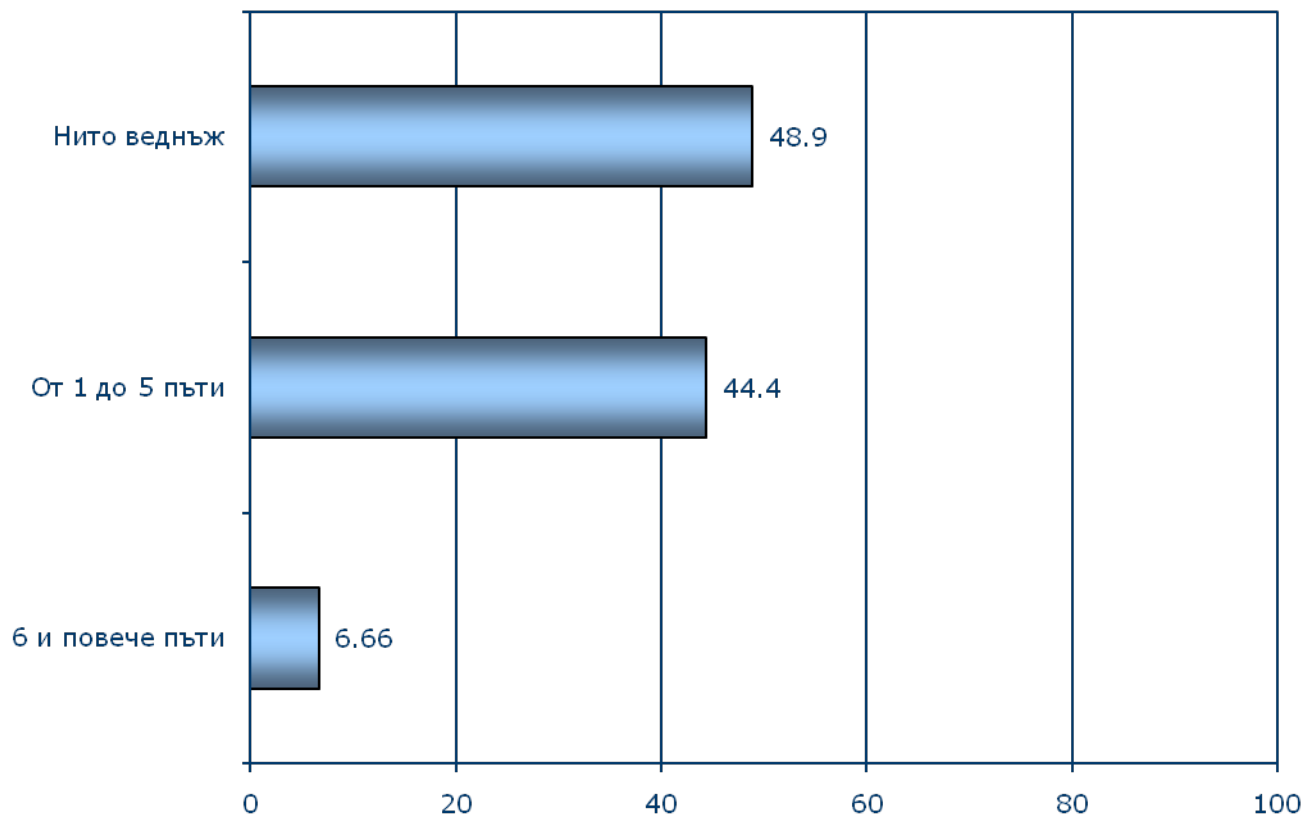
За колко "сериозни игри" се сещате?
(в %)





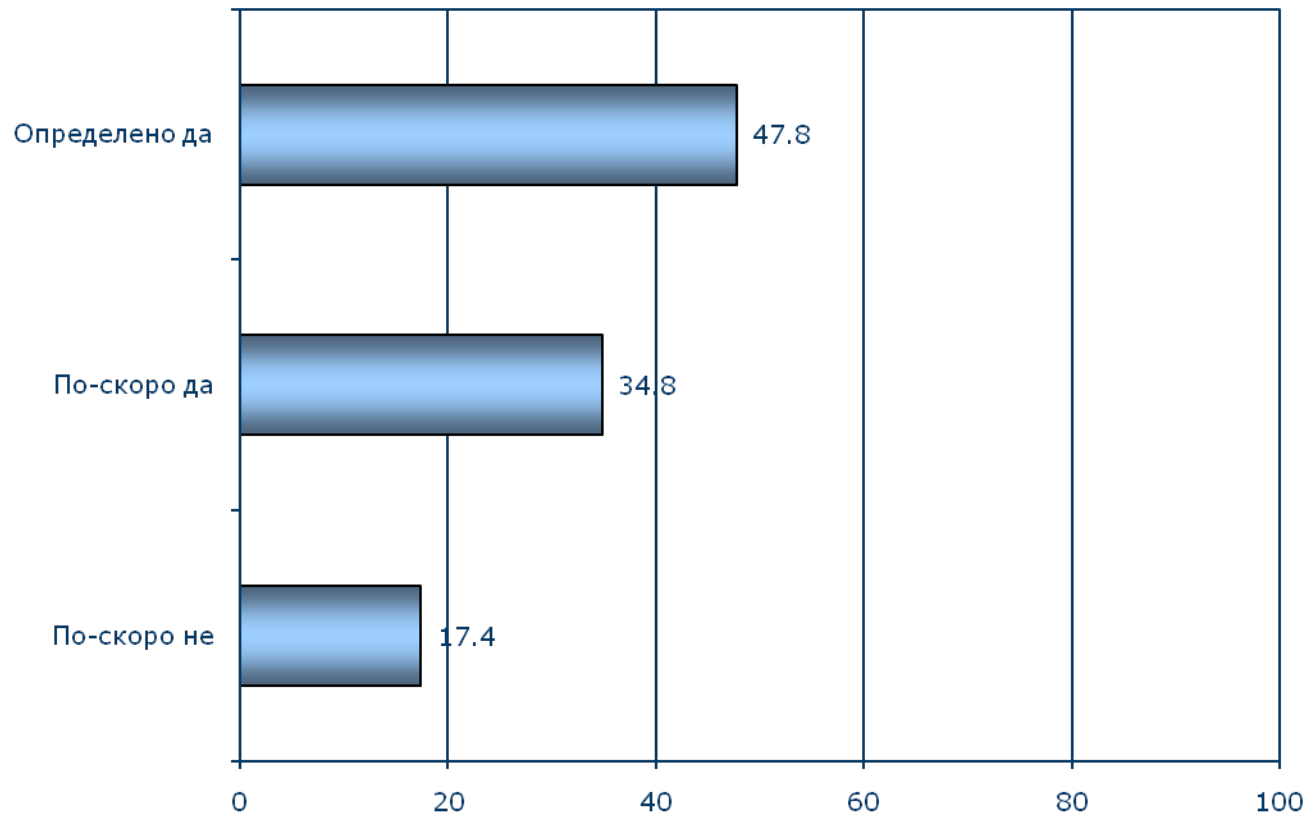
Опит със сериозните игри

Колко пъти се е случвало да играете на "сериозни игри"?
(в %)



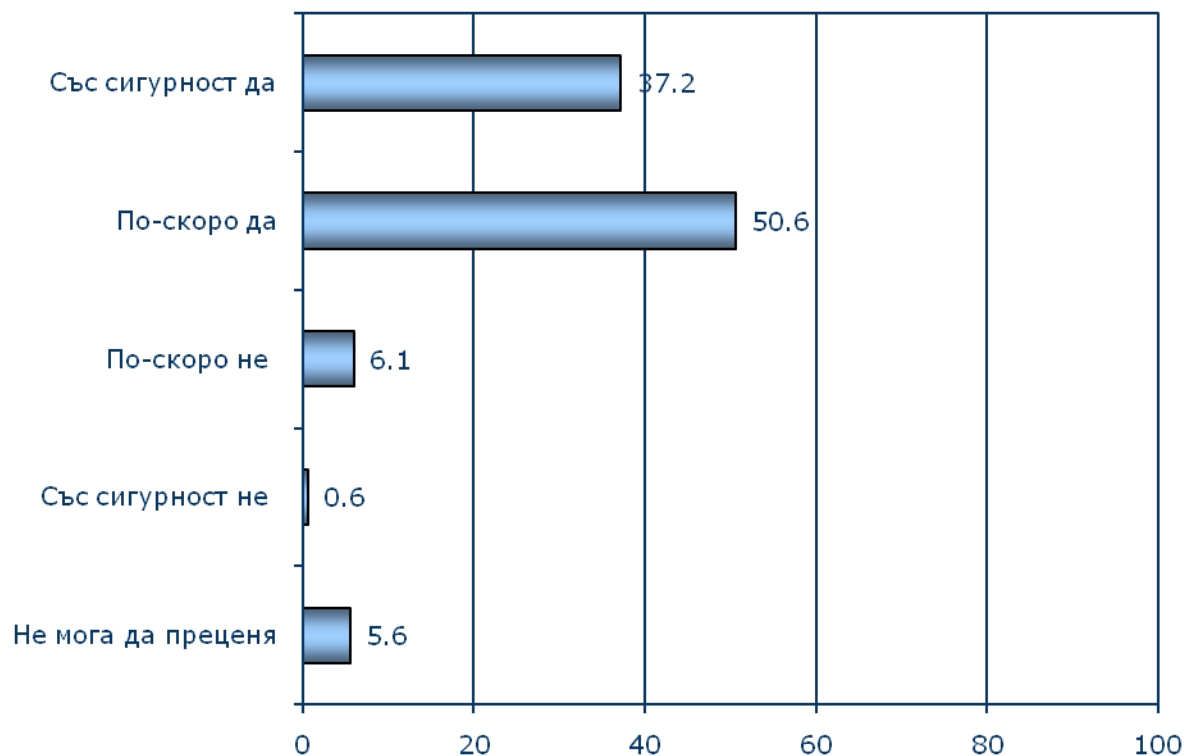
Склонност за препоръка

Бихте ли препоръчали на други лица „сериозните игри“?
(в %)



Нагласи към обучаване на възрастни чрез СИ

След като се запознахте с това понятие* смятате ли, че със „сериозните игри“ могат успешно да се обучават и възрастни? (в %)

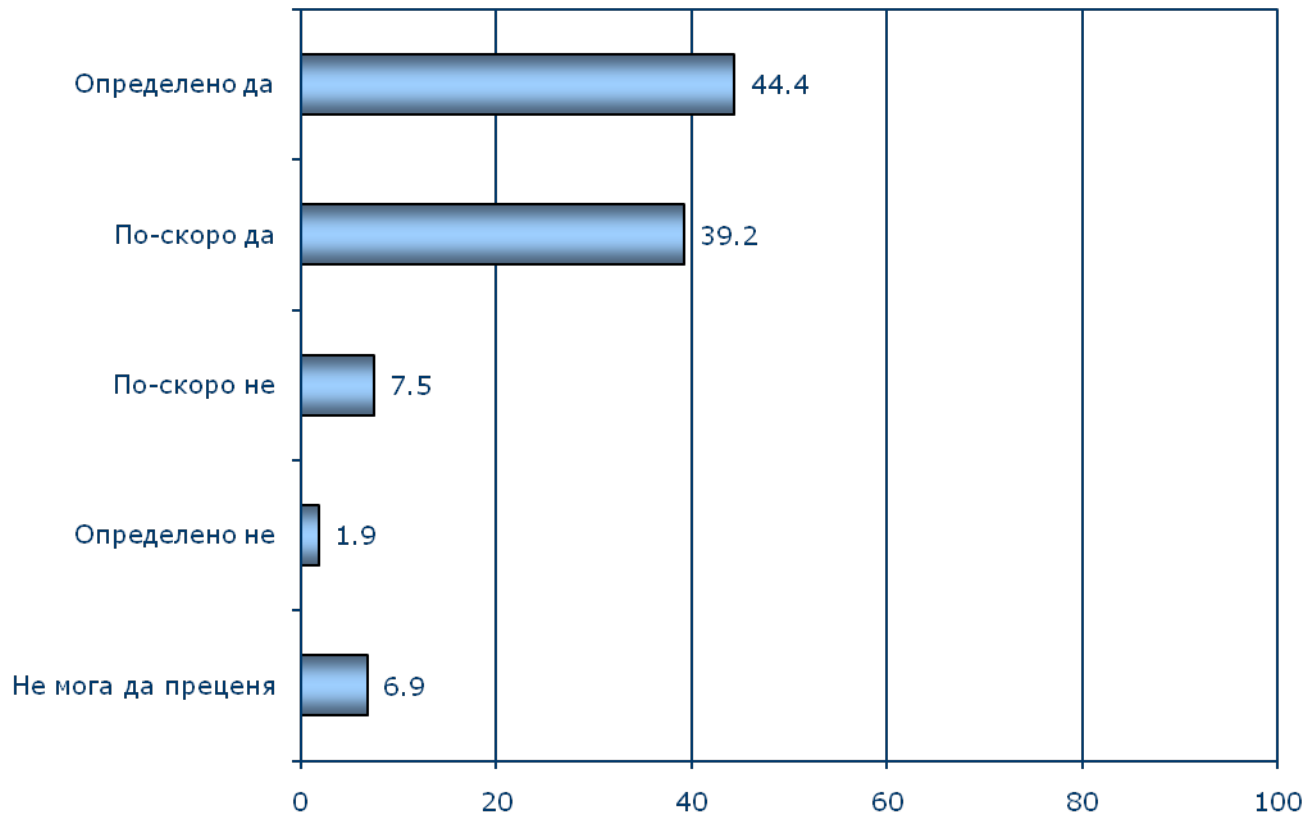


* Преди да отговорят на този въпрос, изследваните лица изчитат кратко описание на това, какво представляват сериозните игри.



Интерес към СИ

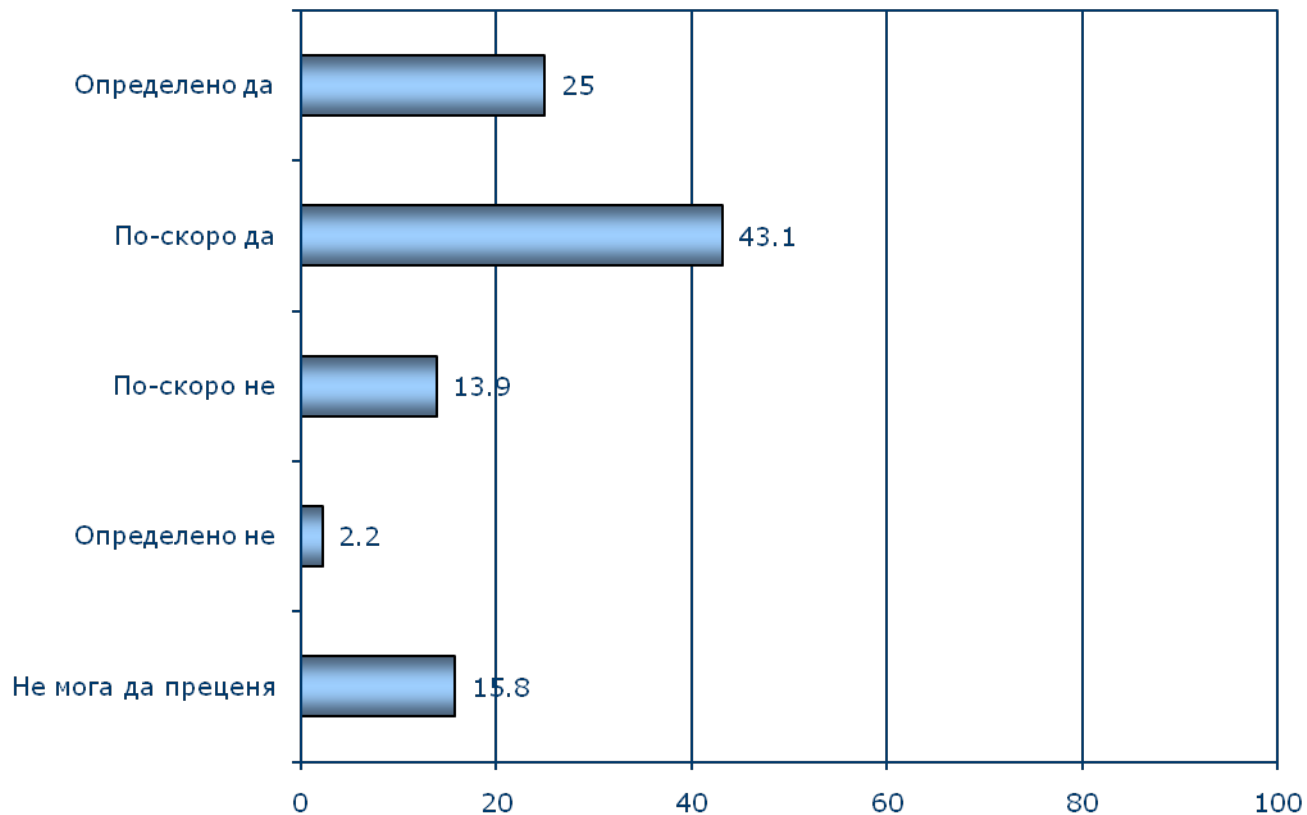
На Вас лично, би ли Ви било интересно да играете на "сериозна игра" в бъдеще?
(в %)





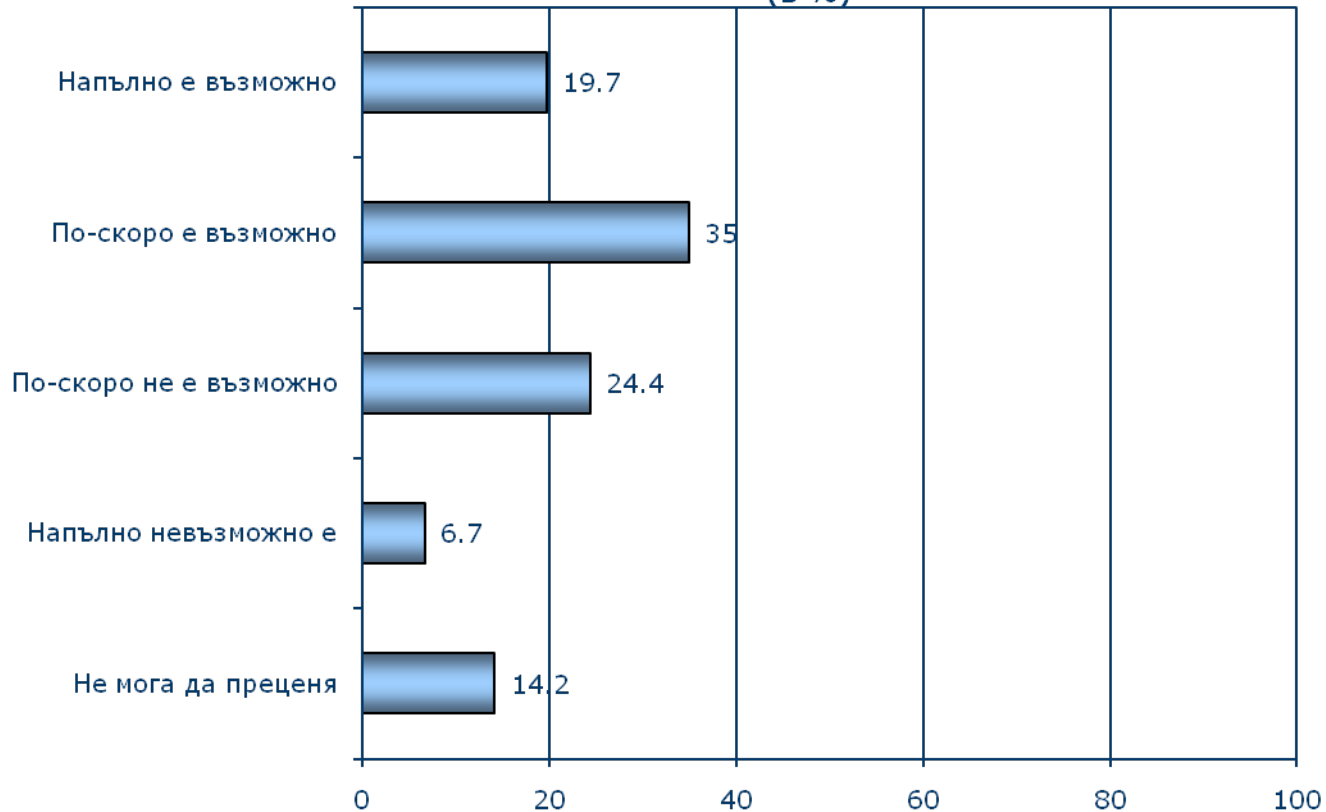
Желание за внедряване

Бихте ли желали да използвате "сериозни игри" във Вашата организация в бъдеще?
(в %)



Вероятност за внедряване

Според Вас, колко вероятно е във Вашата организация да се използват „сериозни игри“ за професионални цели (обучение, повишаване на квалификацията и т.н.)?
(в %)



Основни пречки

Според Вас, какви биха били основните пречки за въвеждането на „сериозни игри“ във Вашата организация?





Нагласи към сериозните игри

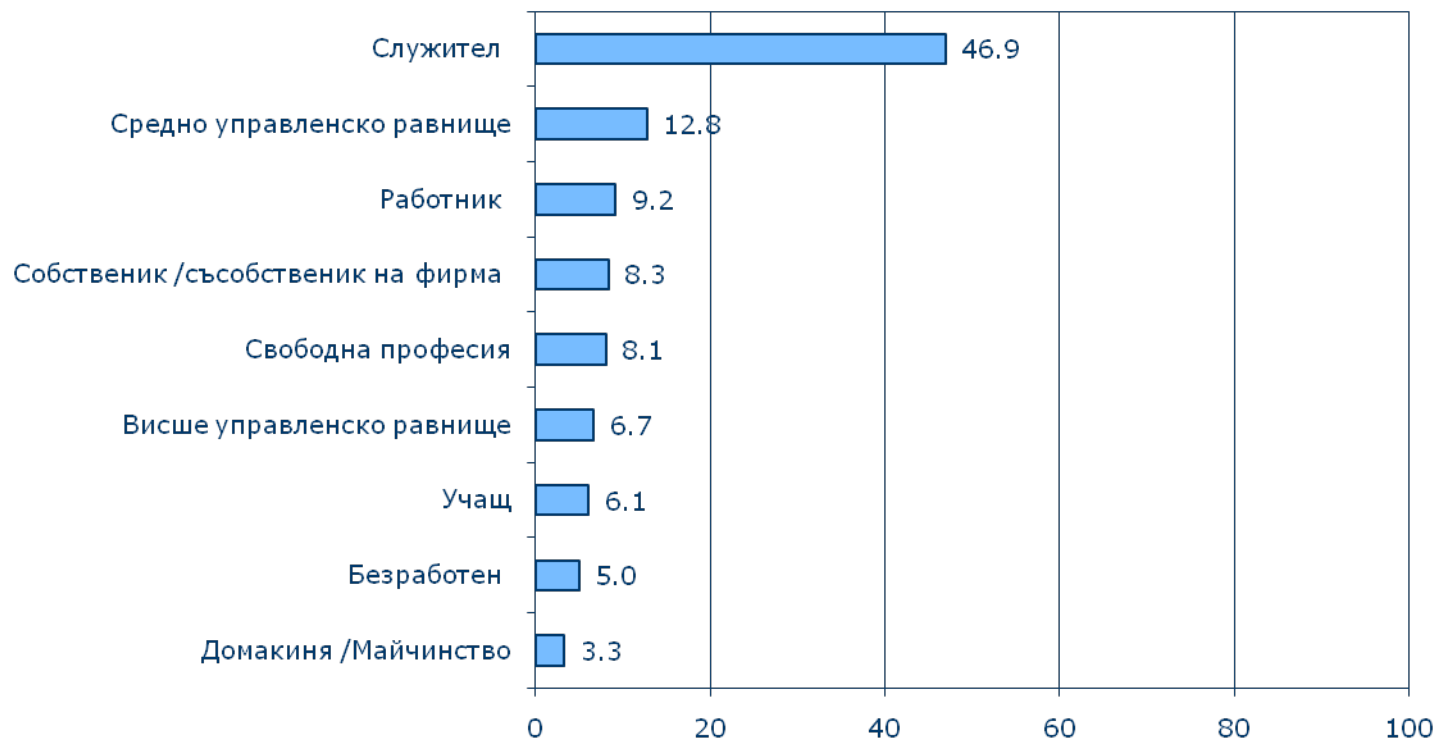
Моля отбележете, кои от следните твърдения се отнасят до Вас?
(в %)





Занятие

Какво е Вашето настоящо занятие?
(в %)





Брой служители

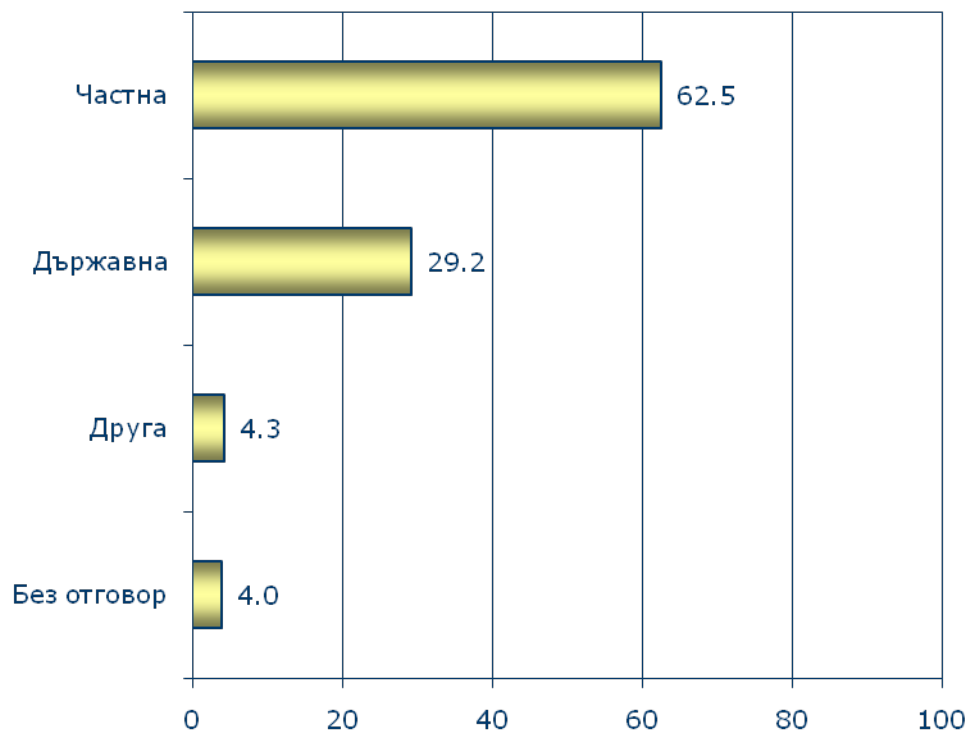
Какъв е приблизителният брой служители във Вашата фирма/организация?
(в %)





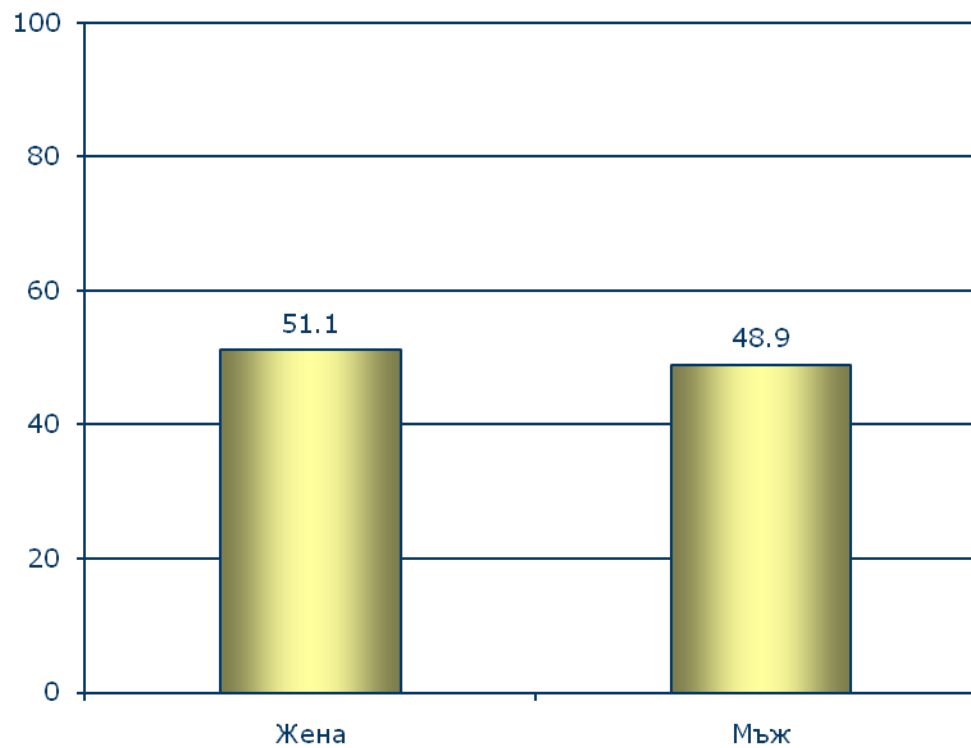
Вид на организацията

Какъв е видът на организацията/фирмата?
(в %)



Пол

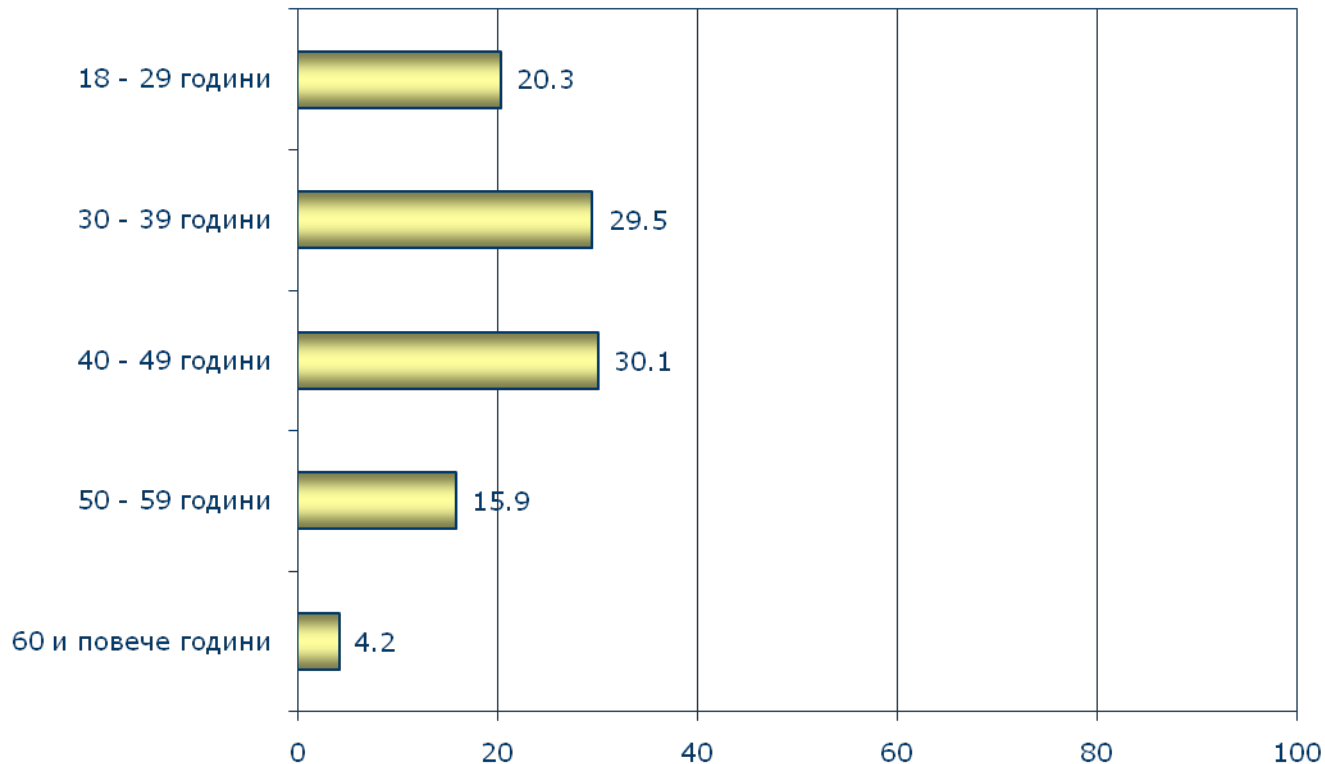
(в %)





Възраст

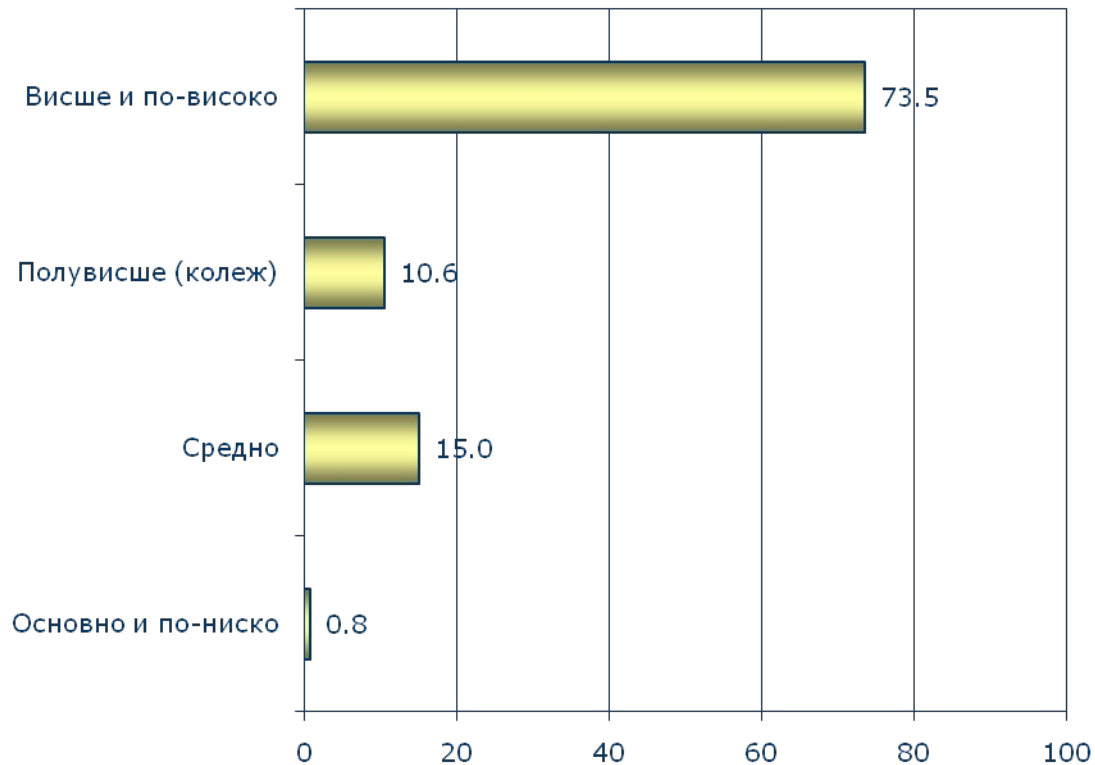
Каква е Вашата възраст?
(в %)





Образование

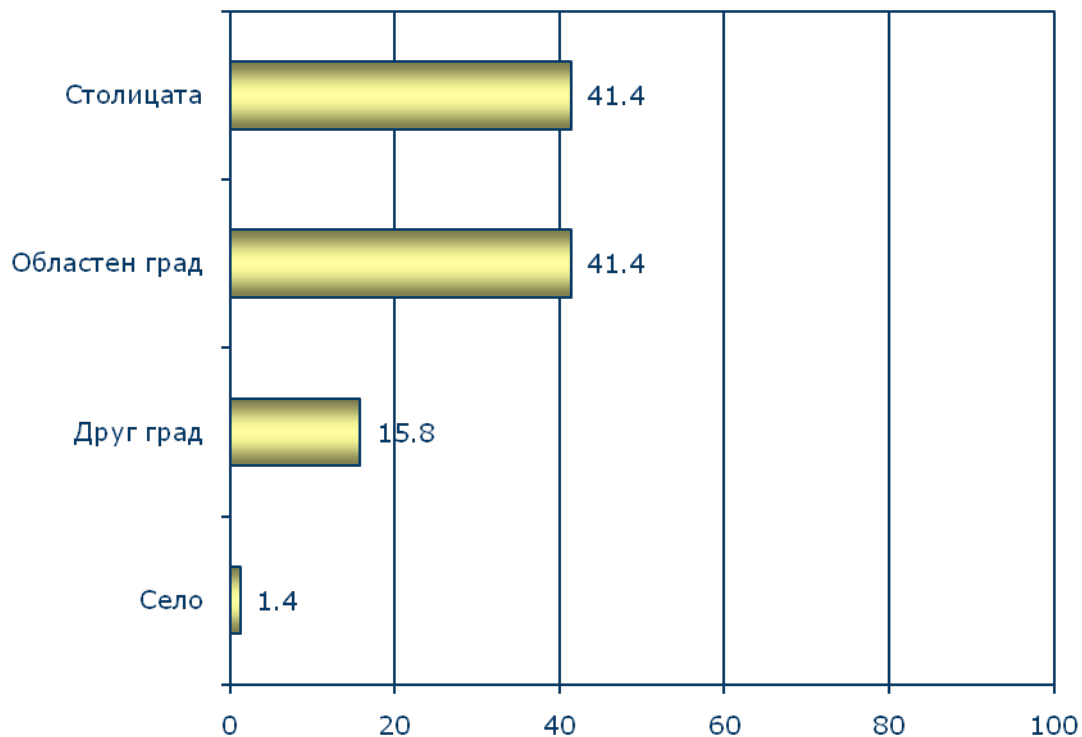
Какво е Вашето образование?
(в %)





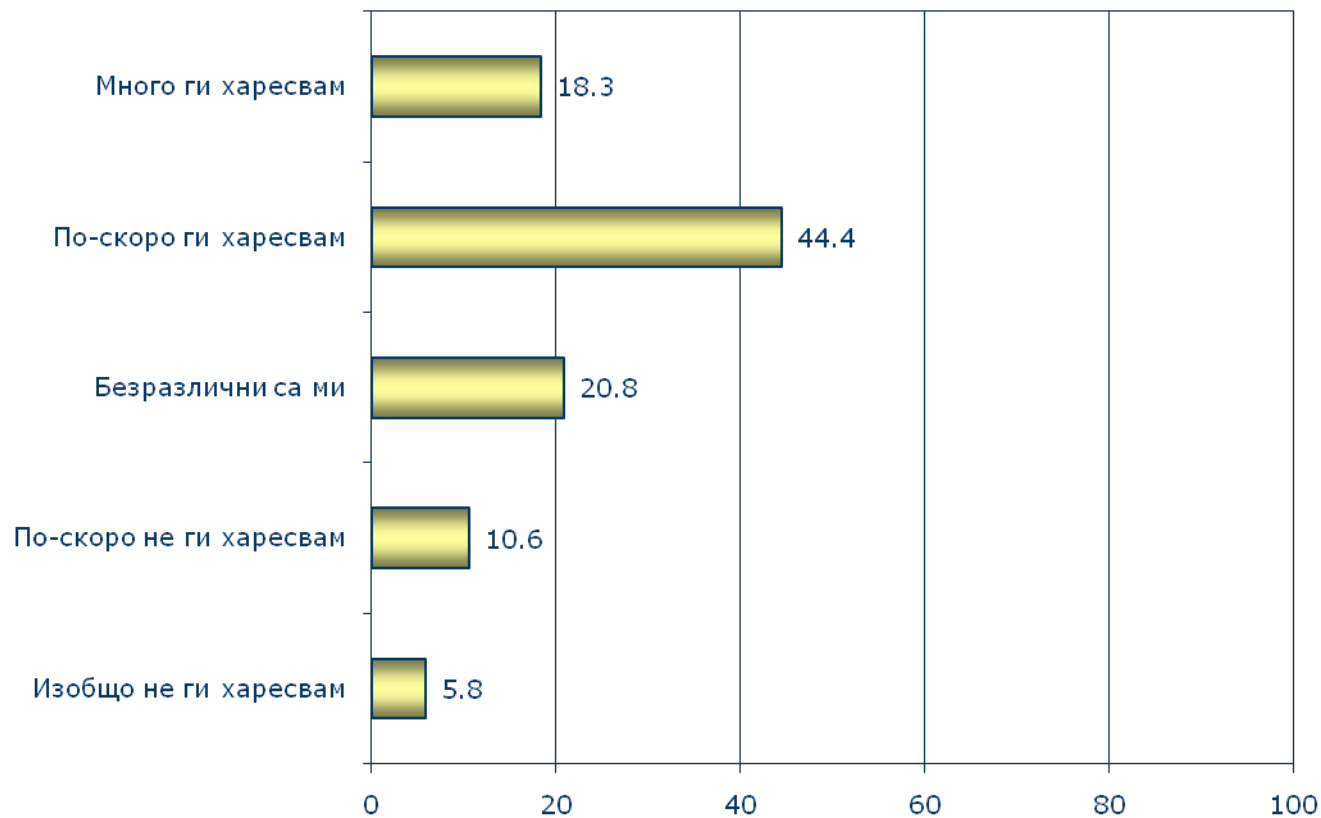
Населено място

Какво е населеното място, в което живеете?
(в %)



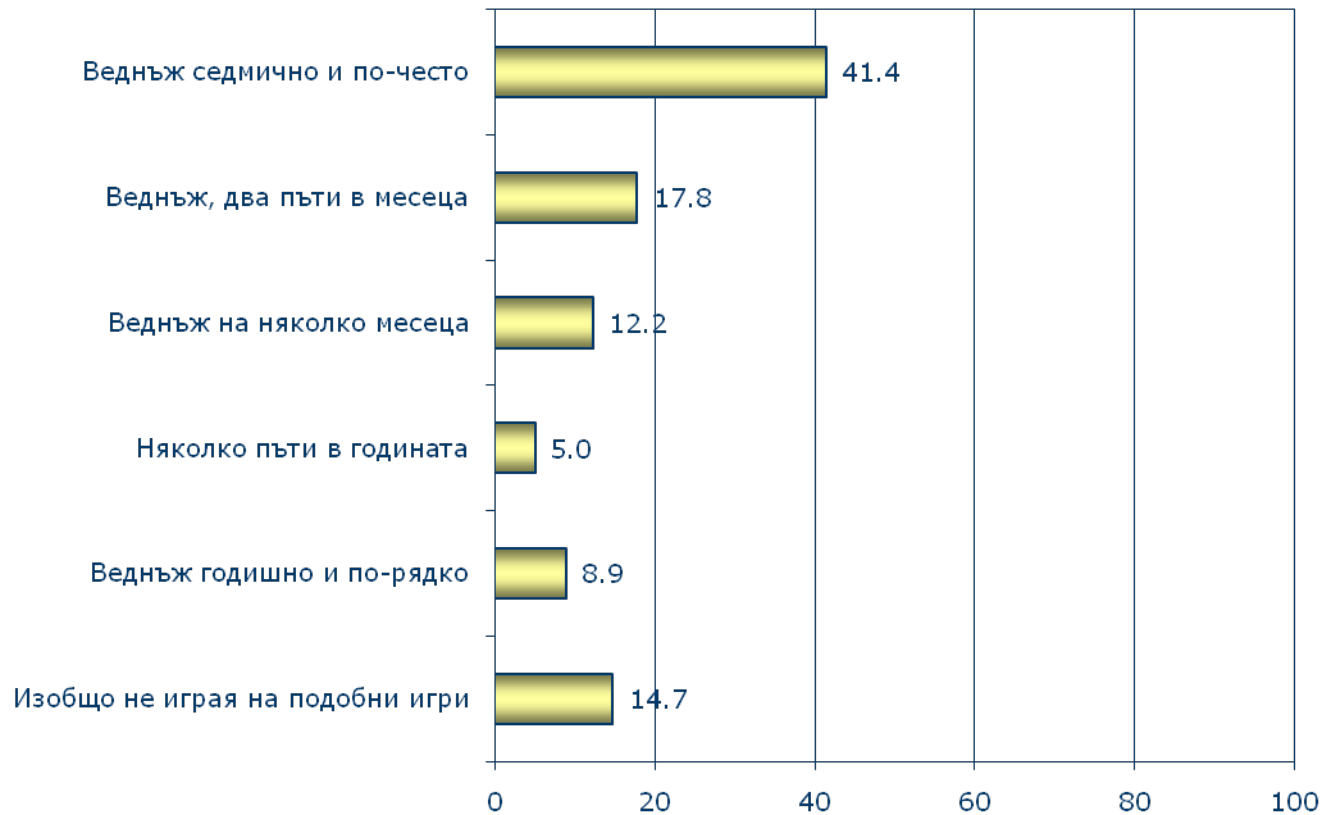
Отношение към игрите

Какво е Вашето отношение към компютърните и видео игрите?
(в %)



Честота на употреба

А колко често играете на компютърни или видео игри?
(в %)





Раздел II - Потенциални създатели на "Сериозни игри"

Обобщение за потенциалните създатели (1)

- И в тази съвкупност се наблюдава слаба запознатост с понятието сериозни игри. Около 2/3 от изследваните лица в съвкупността не са чували за този метод на обучение.
- След като на определен етап от изследването всички лица се запознаят със смисъла на сериозните игри, близо 90% считат, че тези игри са подходящи за обучение на възрастни. Две трети от потенциалните създатели заявяват, че биха участвали в разработването им.
- Близо 90% от потенциалните създатели, които са чували за сериозните игри преди да бъдат интервюитани твърдят, че са слабо запознати с тази тематика. Това е възможно да се дължи на сериозните познания, които са необходими за разработването на подобни игри, а лицата не са навлизали в дълбочина до момента.



Обобщение за потенциалните създатели (2)

- Първият контакт със сериозните игри при потенциалните създатели се осъществява предимно на работното място. Може да се забележи, че тези лица сравнително по-отдавна са запознати с идеята за сериозните игри от потенциалните потребители.
- Интересно да се отбележи, че едва около 20% от лицата заявяват, че организацията, в която работят, не би се заинтересувала от внедряването на тези игри.
- Реално едва около 4% от всички изследвани лица са участвали в тяхното разработване.



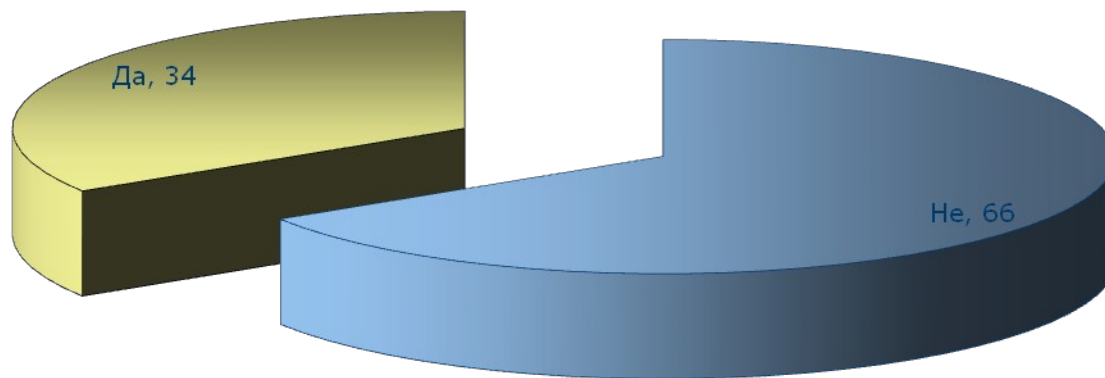
Обобщение за потенциалните създатели (3)

- Прави впечатление, че преобладаваща част от интервюираните представители на тази съвкупност смятат, че има пазар за сериозните игри в България (64%) и те представляват интересно поле с бъдещ инвестиционен потенциал (84%).
- Основните пречки, които се изтъкват в това отношение са:
 - Липсата на пари (34,7%);
 - Липсата на експерти като цяло (30,6%);
 - Липсата на познания за сериозните игри (26,5%).
- Може да се обобщи, че потенциалните създатели нямат достатъчно информация, за да преценят ефективността на такива приложения (78%) и нямат достатъчно опит за разработване на подобни игри (58%), в същото време се наблюдава положително отношение към сериозните игри.



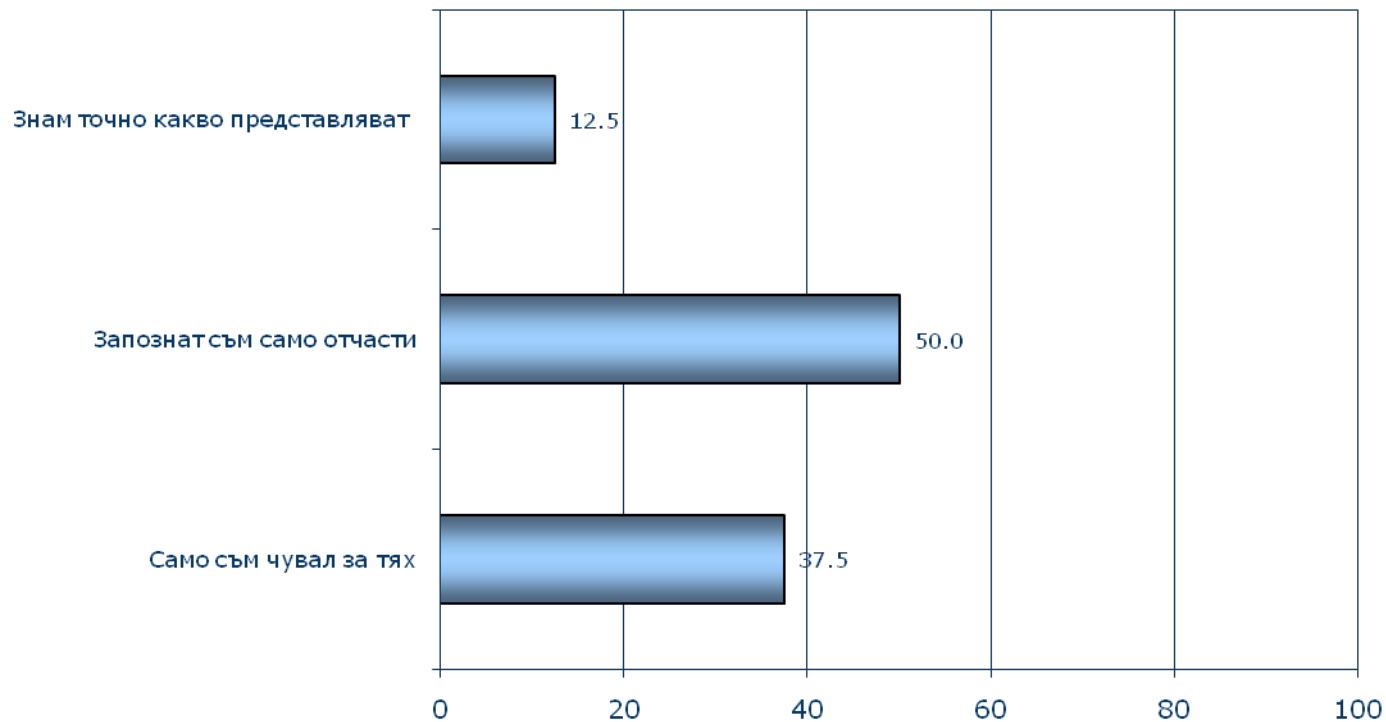
Известност на сериозните игри

Чували ли сте за понятието „сериозни игри“?
(в %)



Запознатост

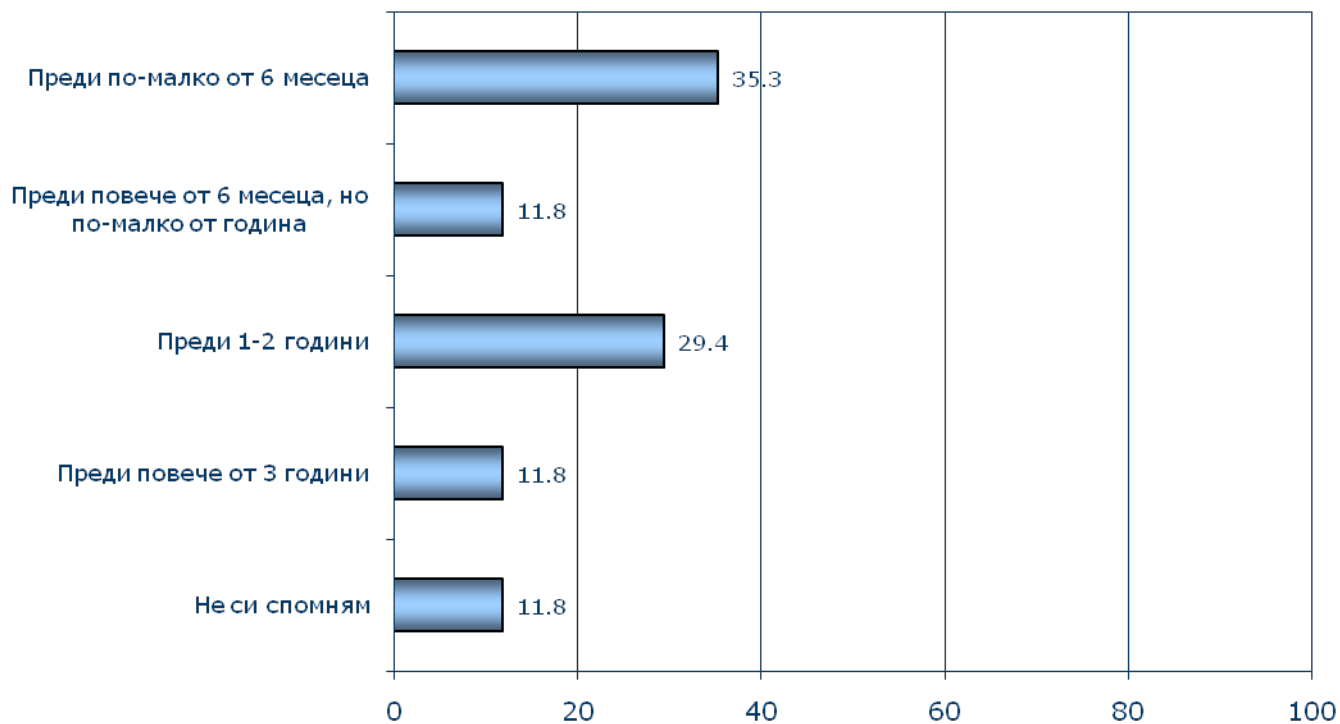
Доколко сте запознат със „сериозните игри“ ? (%)





Първи контакт

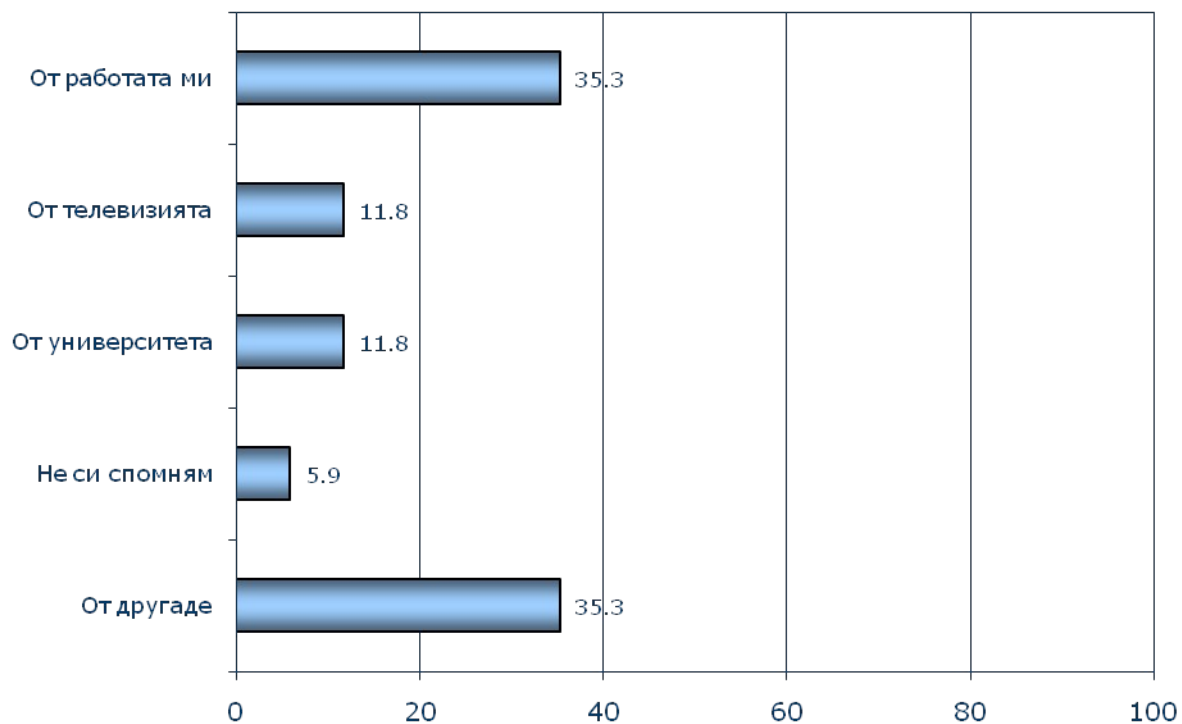
Кога беше първият път, когато чухте за „сериозните игри“? (%)





Информационни канали

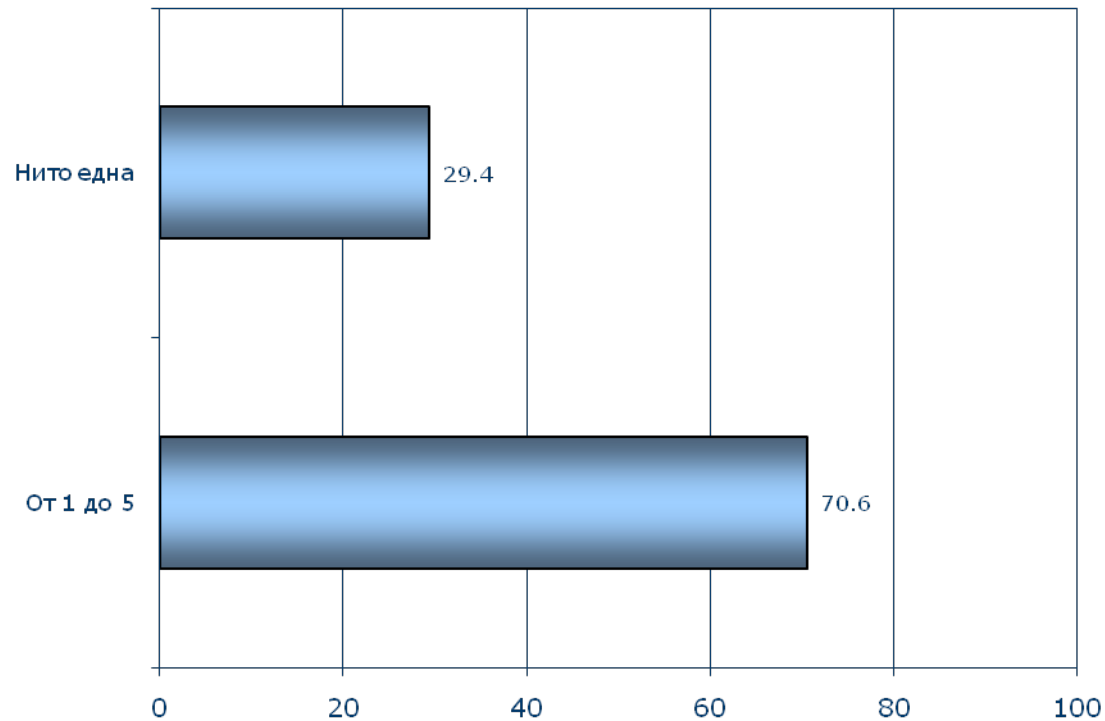
От къде научихте за „сериозните игри“? (%)





Познати игри

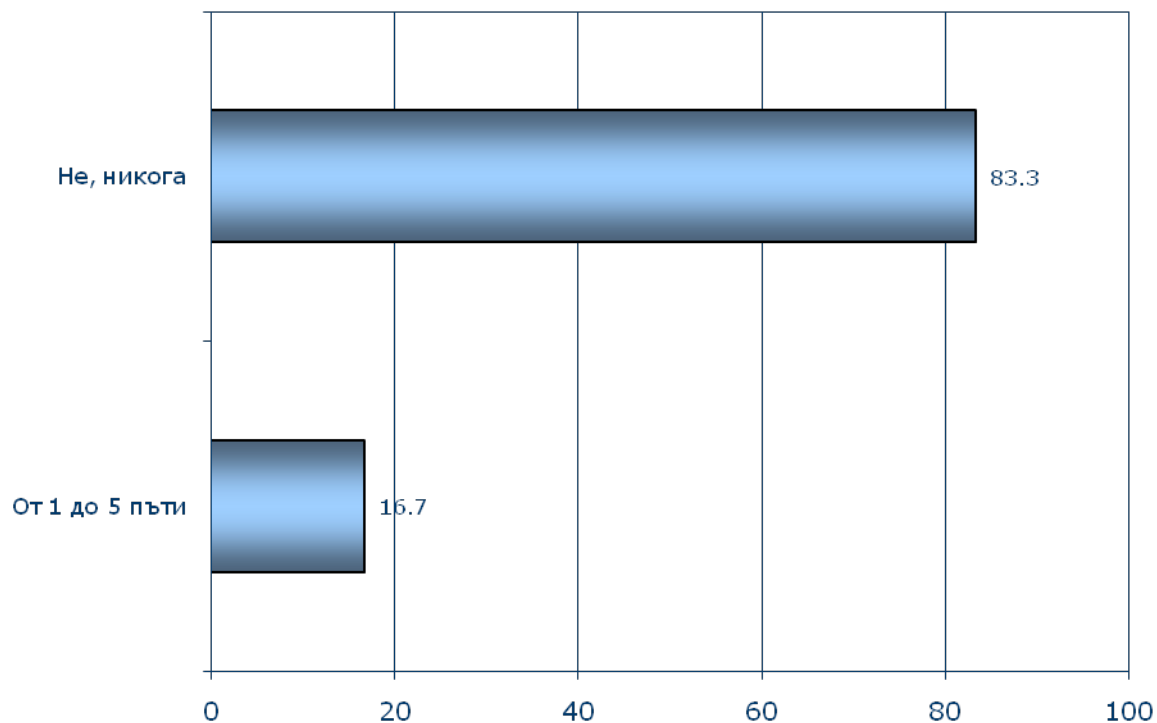
За колко "сериозни игри" се срещате? (%)





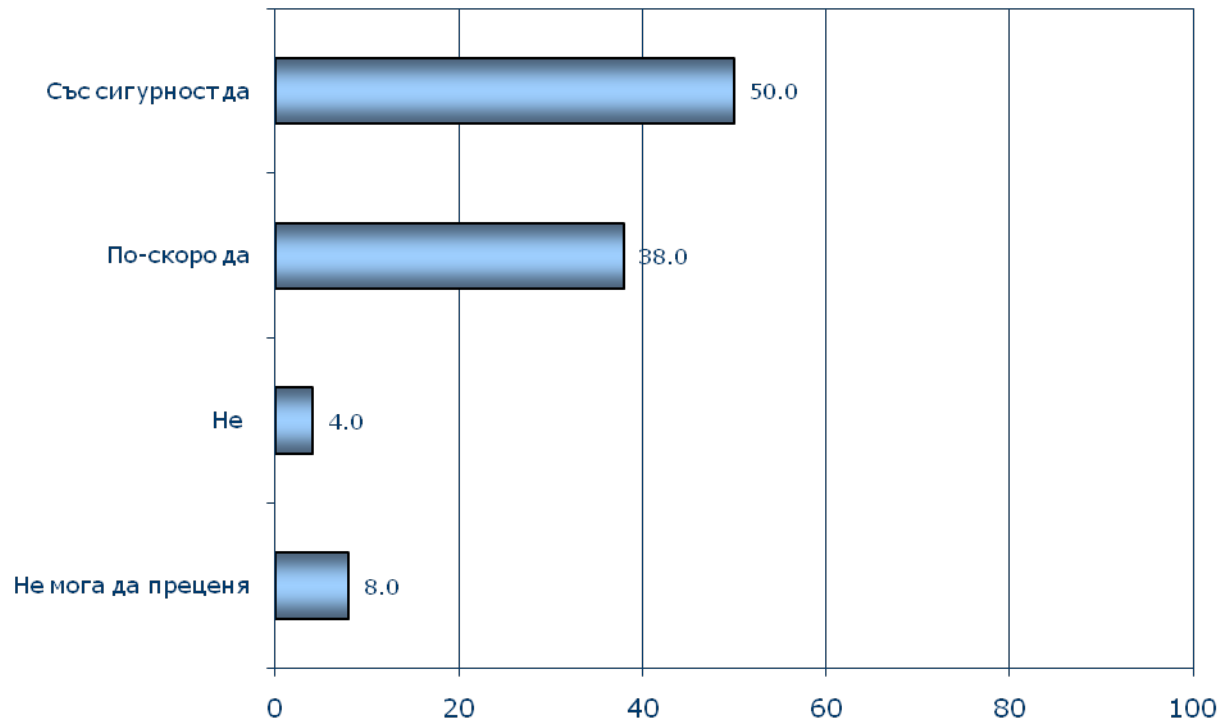
Участие в разработването на СИ

Някога участвали ли сте в разработването на "сериозни игри"? (%)



Нагласи към обучаване на възрастни чрез СИ

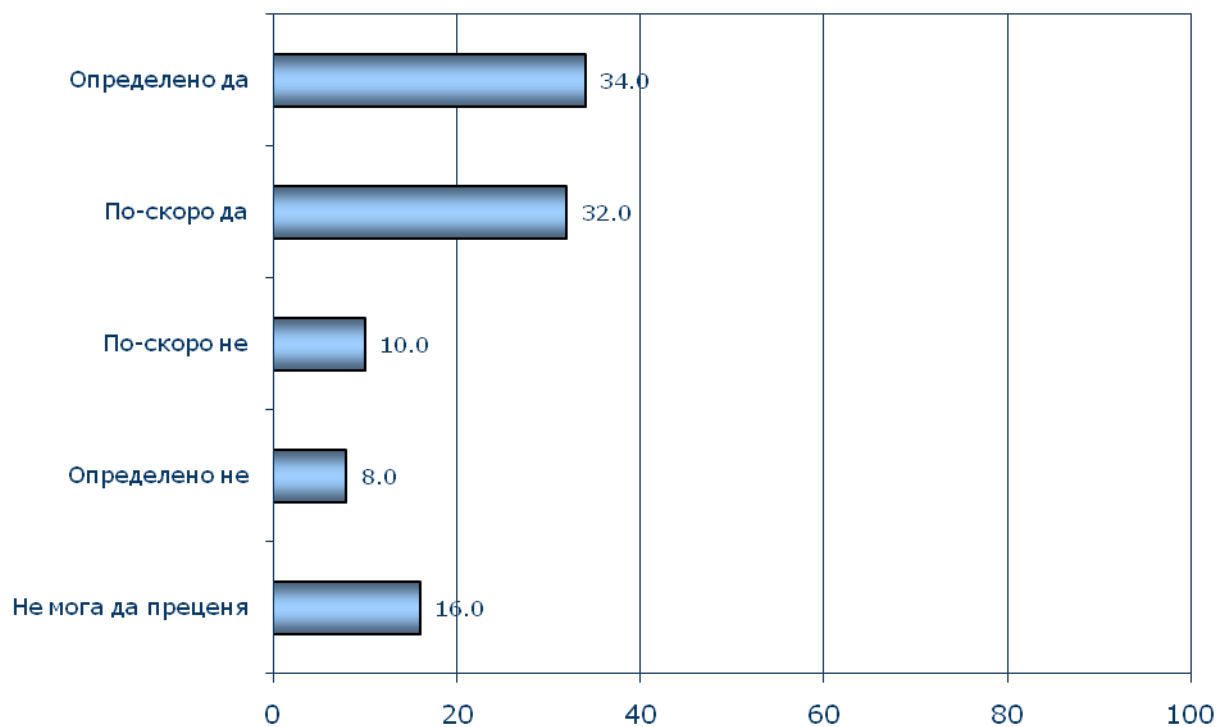
След като се запознахте с това, какво представляват сериозните игри, смятате ли, че със „сериозните игри“ могат успешно да се обучават и възрастни? (%)





Склонност към участие в разработването

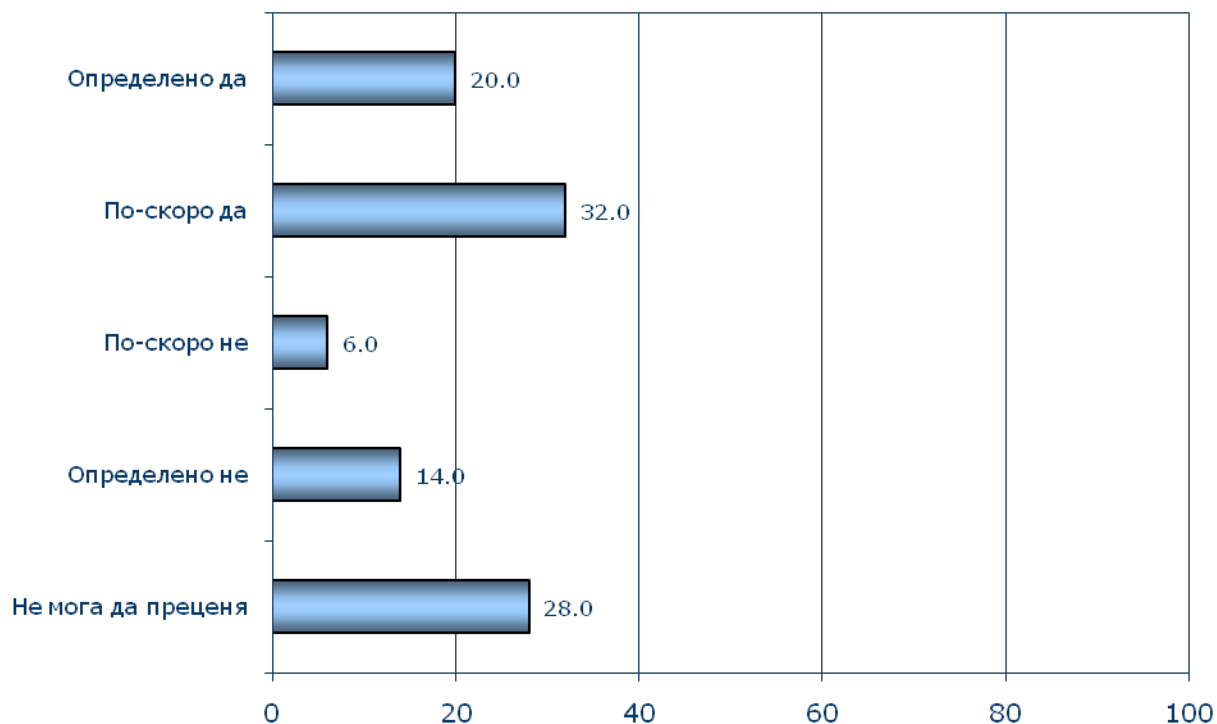
Вие лично, бихте ли участвали в разработването на „сериозни игри“ в бъдеще? (%)





Потенциал за разработване

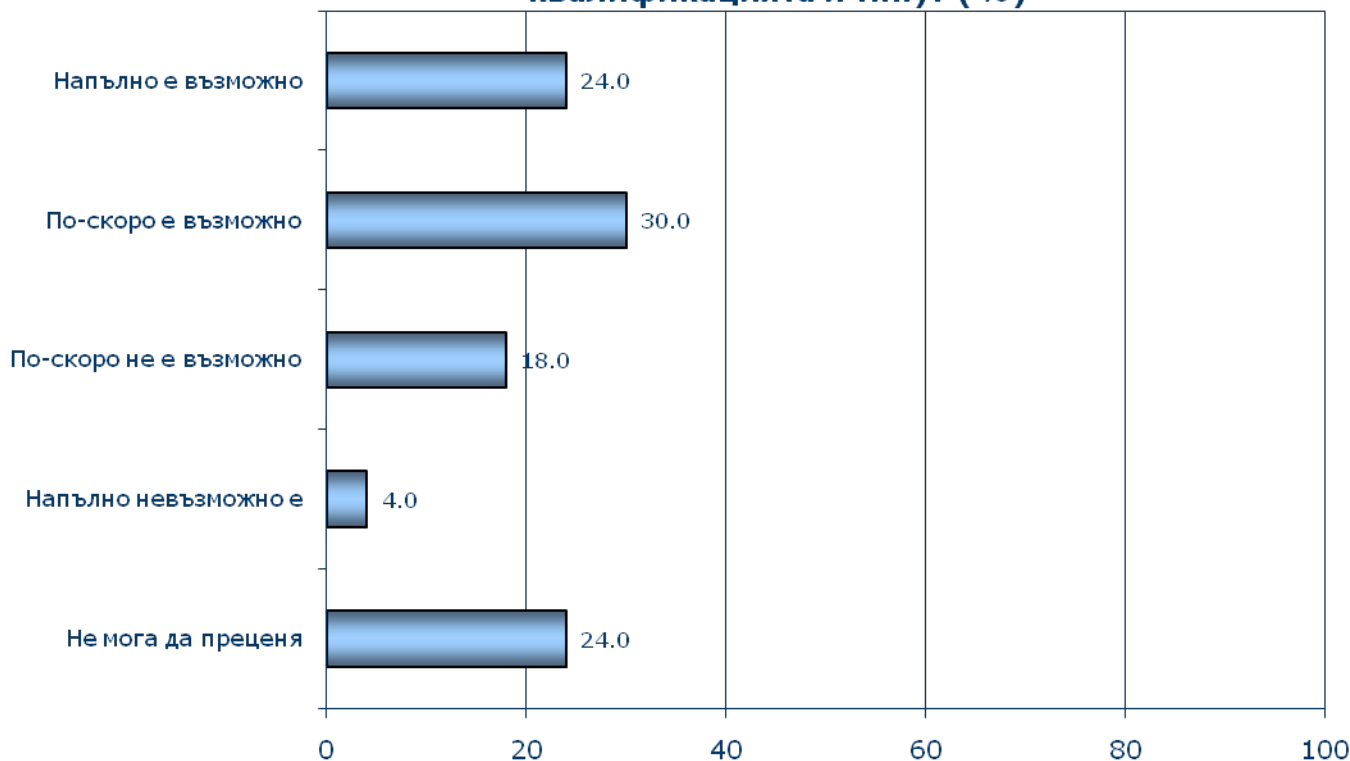
А смятате ли, че Вашата компания би се заинтересувала от разработването на „сериозни игри“? (%)





Вероятност за внедряване

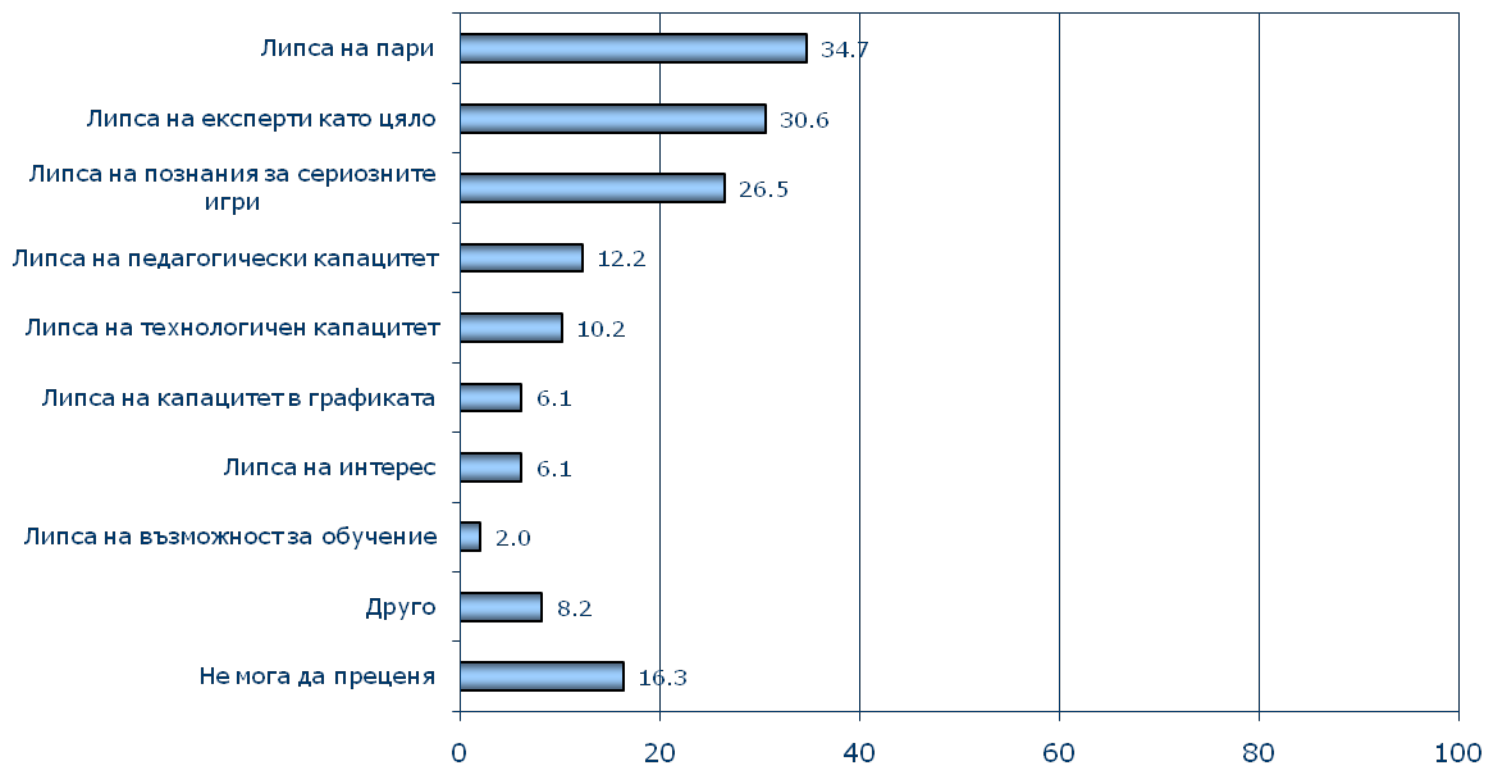
Според Вас, колко вероятно е във Вашата организация да се използват „сериозни игри“ за професионални цели (обучение, повишаване на квалификацията и т.н.)? (%)





Основни пречки

Според Вас, какви биха били основните пречки за участие при разработването на „сериозни игри“ във Вашата организация? (%)



Нагласи към сериозните игри

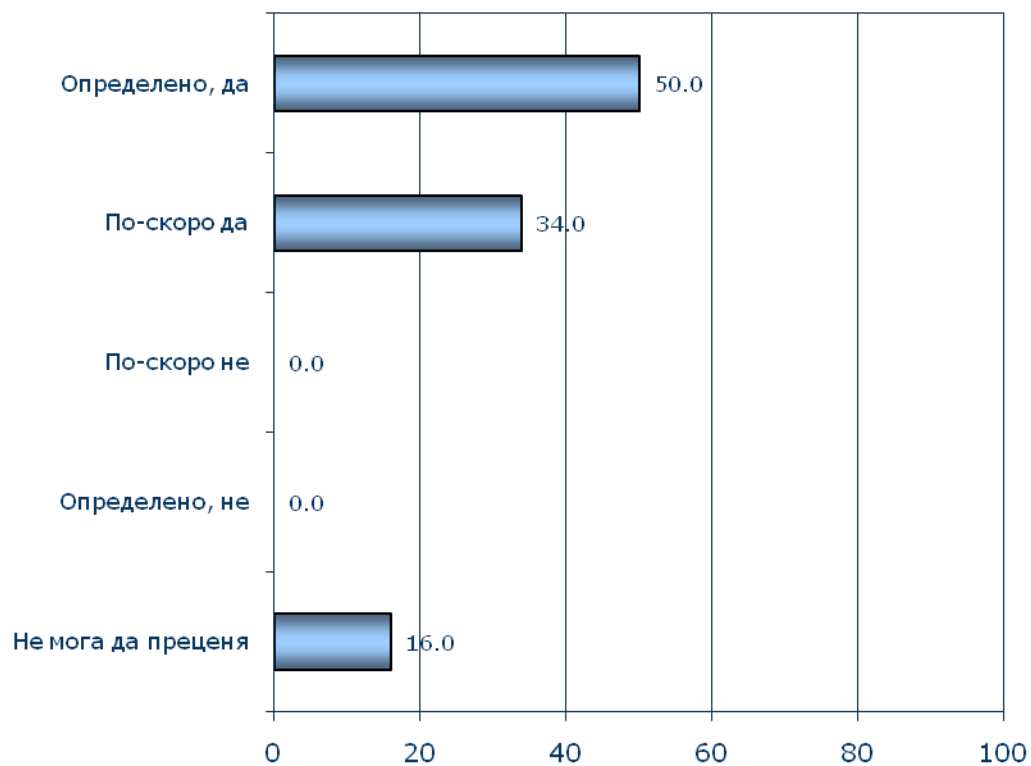
Моля отбележете, кои от следните твърдения се отнасят до Вас? (%)





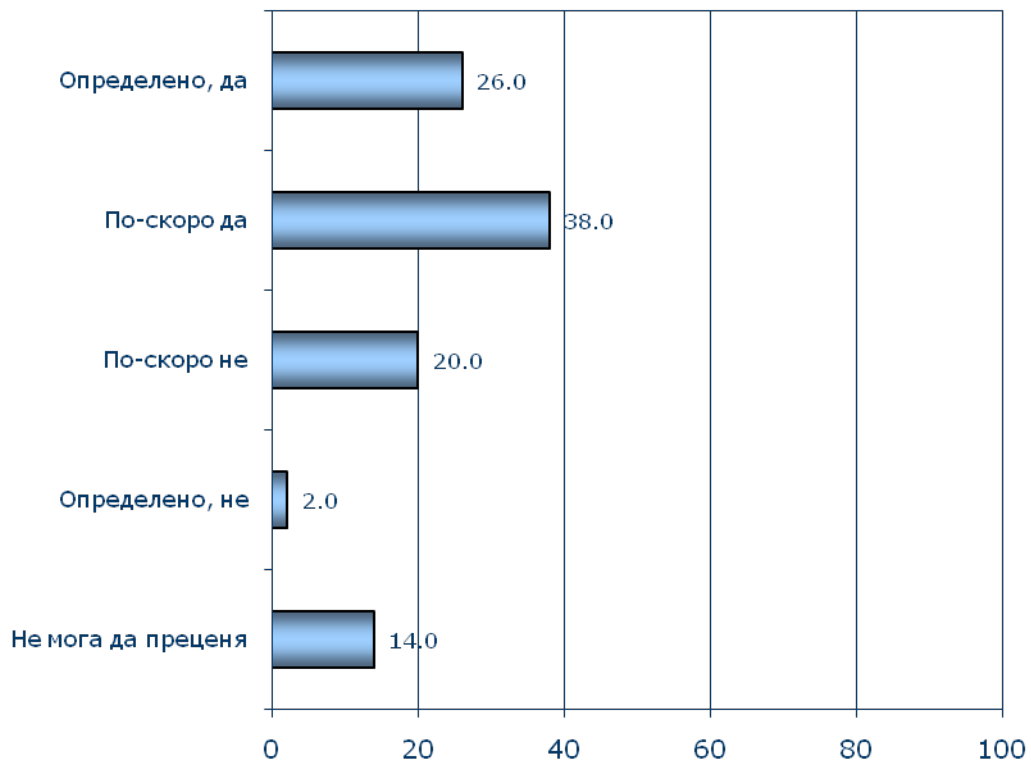
Инвестиционен потенциал

Считате ли, че пазарът за „сериозните игри“ е интересно поле с бъдещ потенциал и си заслужава да се инвестира в него? (%)



Пазарен потенциал на сериозните игри в България

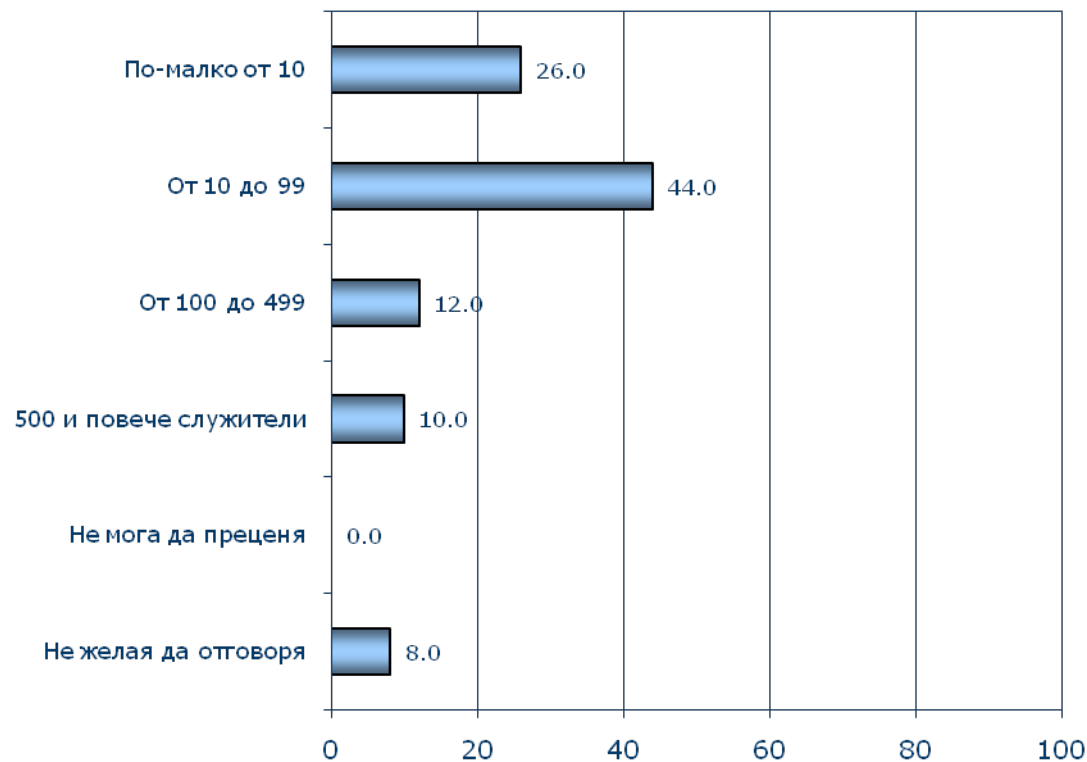
Мислите ли, че има пазар за „сериозни игри“ в България? (%)





Брой служители

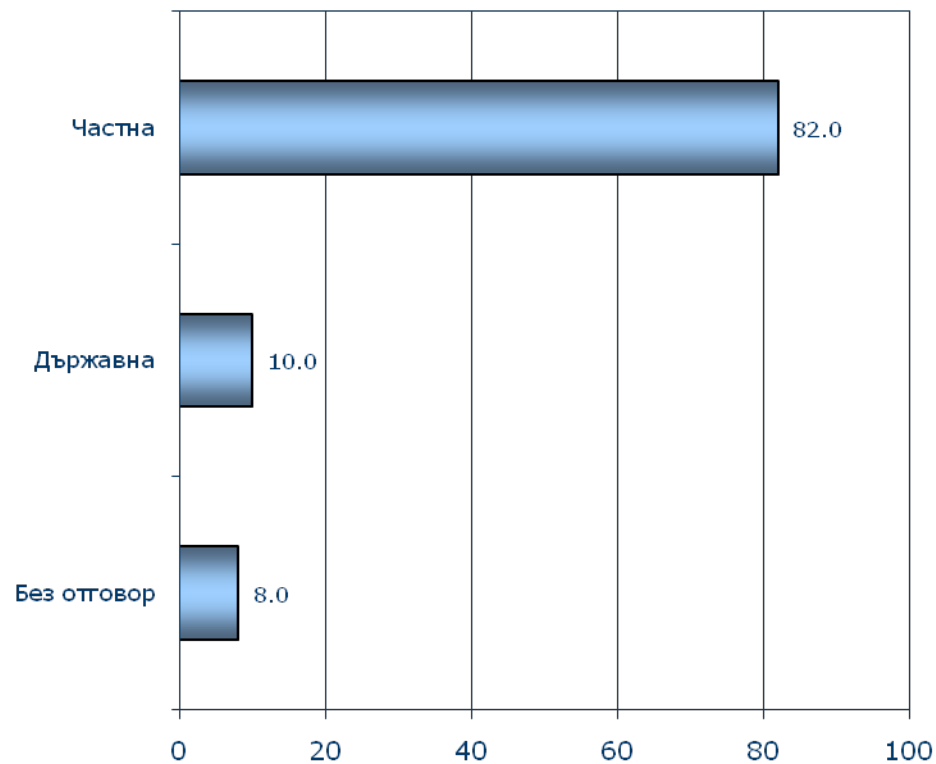
Какъв е приблизителният брой служители във Вашата фирма/организация?
(%)





Вид организация

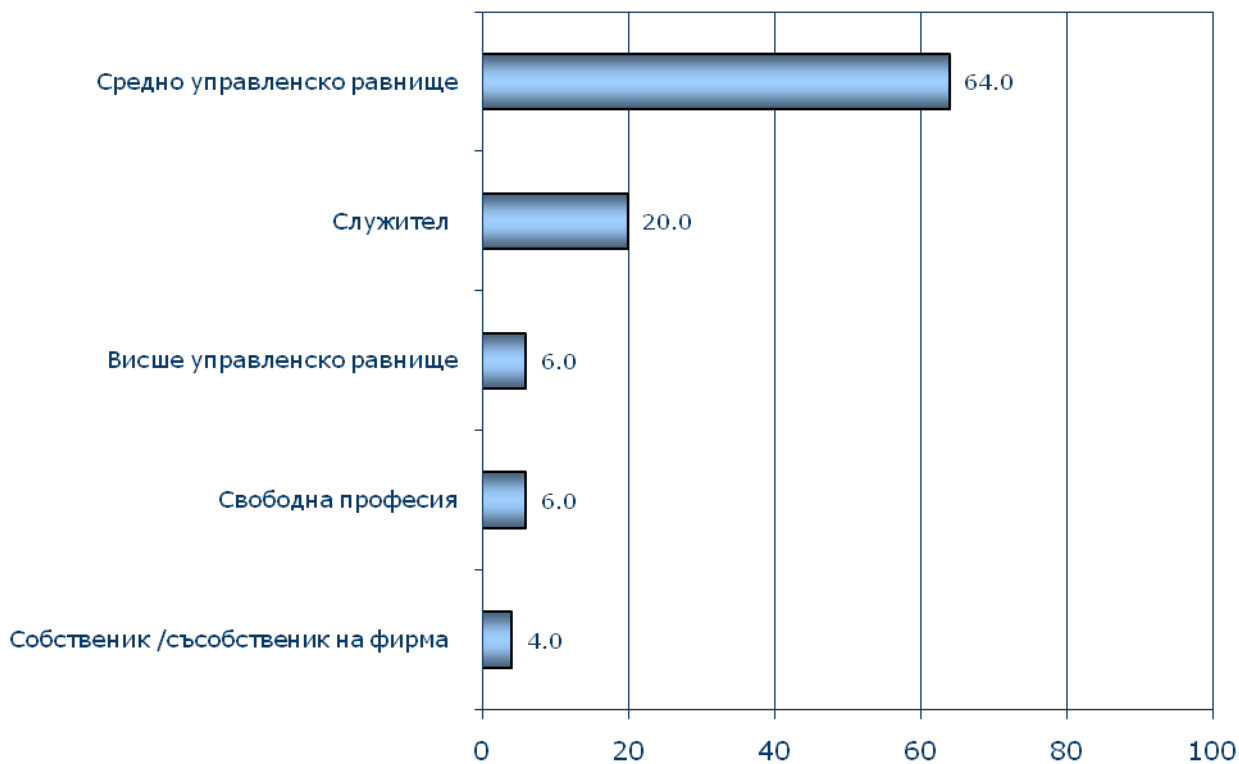
Какъв е видът на организацията/фирмата? (%)





Занятие на респондента

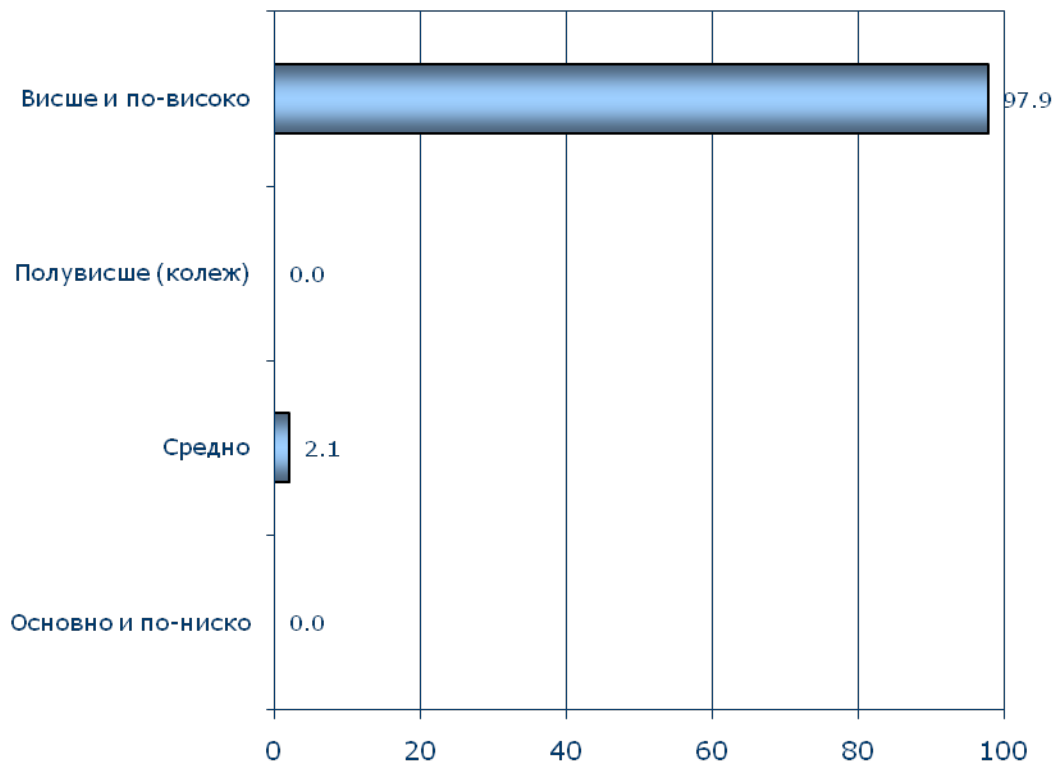
Какво е Вашето настоящо занятие? (%)





Образование на респондента

Какво е Вашето образование? (%)





Населено място

Какво е населеното място, в което живеете? (%)

