

Mobilní telefony a hry: marketingový výzkum chování spotřebitele

Radoslav Škapa

Katedra podnikového hospodářství ESF MU

Capturing Global Youth: Mobile Gaming in the U.S., Spain, and the Czech Republic

Shintaro Okazaki, Ph.D.

Universidad Autónoma de Madrid, Spain

Radoslav Skapa, Ph.D.

Masaryk University in Brno, Czech Republic

Ildefonso Grande, Ph.D.

Universidad Pública de Navarra, Spain Capturing Global Youth: Mobile Gaming in the U.S., Spain, and the Czech Republic

O výzkumu...

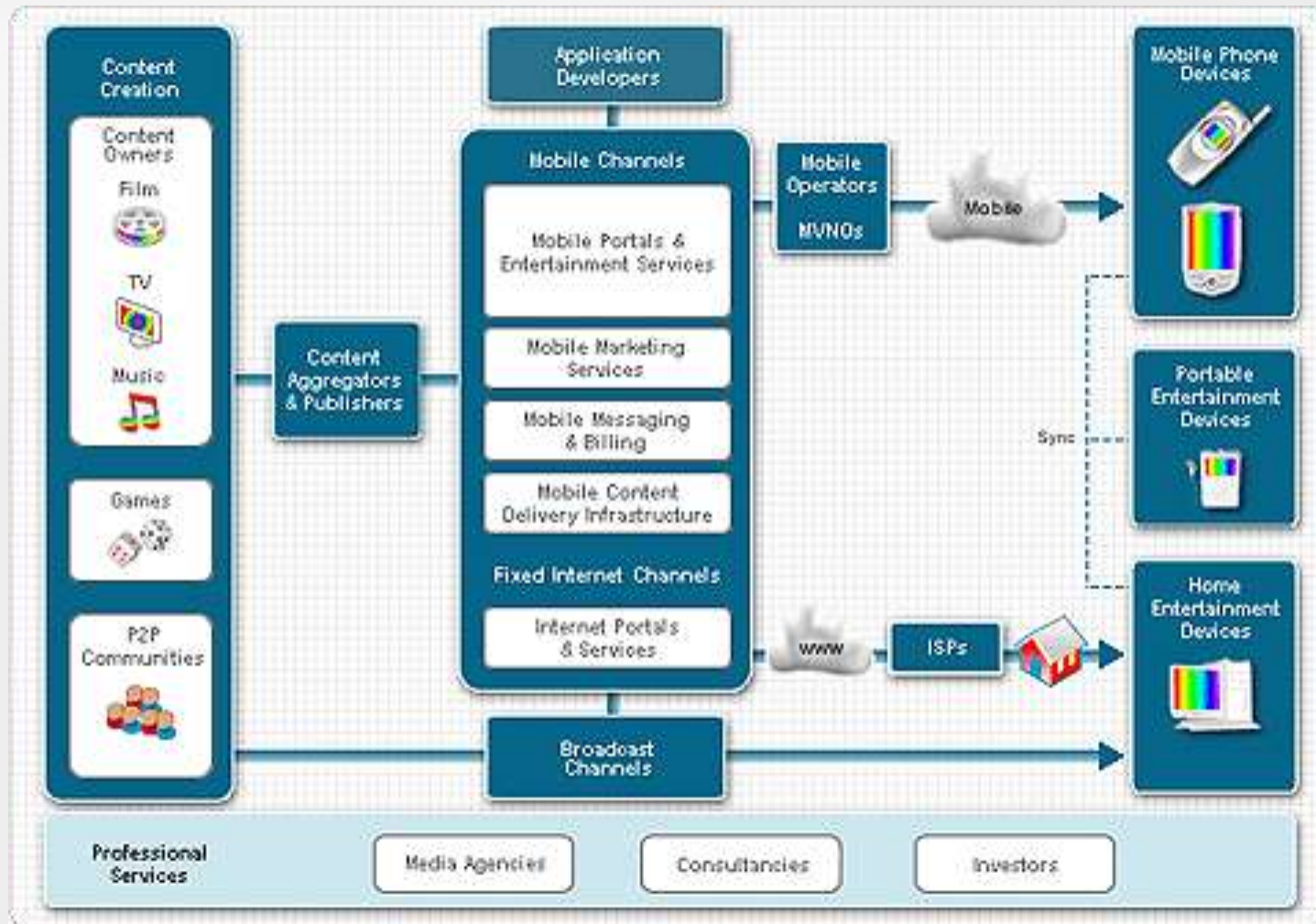
- 1 . Mobilní komerce: hraní her na mobilních telefonech
(2005-2006)
2. Standardizace internetových prezentací MNC
(2006-2007)
3. Standardizace/lokalizace reklamy v ČR, Polsku a
Maďarsku
(2008-?)

Co je Mobile commerce?

- série procesů spojených s průběhem obchodních transakcí a realizovaných prostřednictvím mobilních technologií, a to on-line.
- podmnožina e-commerce

- Content services (zasílání zpráv, překladové slovníky, ...)
- Messaging – zasílání informací mezi uživateli
- Remote Access/Mobile Office (přístup k vnitřní podnikové síti – intranetu)
- Emergency Services (např. pohřešované osoby)
- Video a audio data – především u sítí třetí generace
- Entertainment – hry, výherní soutěže, vyzváněcí melodie
- Retailing – nákup, rezervace vstupenek...
- Financial Services – banking a broking
- Payment – uskutečnění platebních operací přes mobilní telefon
- Navigation – Global positioning system
- Telemetry – automatická výměna dat mezi stroji
- Marketingové služby – SMS ankety, bezplatné zasílání firemního loga na mobil, věrnostní programy – sbírání “nákupních bodů” přes SMS.

Mobile Entertainment Industry Map

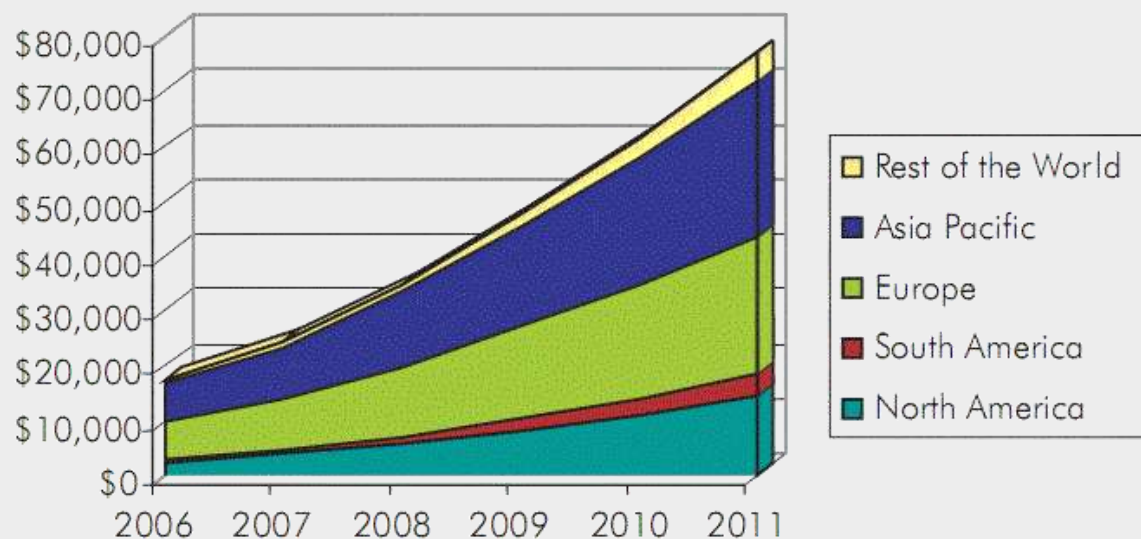


Fakta o mobilních hrách

Tržby v US v roce 2008 1 miliarda dolarů (odhad In-Stat 2008)
66% z 147 oslovených expertů očekává růst tržeb i v roce 2009.
Pokles 11% (TMRC 2009)

Vysoká fragmentace trhu kvůli různým OS a HW a omezené standardizaci. Firmy volí jen určité platformy.

Total Revenues from Mobile Entertainment (Gambling, Adult, Games, Music, TV and Infotainment). Regional Forecast (\$m) 2006-2011.



Zdroj: Juniper research (2006)

Fakta o mobilním hraní

- 57% zákazníků AT&T v US hraje hry, rostoucí trend (AT&T 2009) (In-Stat 2008 – 30%)
- 15% si někdy koupilo hru
- Z nich 40% hraje alespoň jednou týdně
- 50% hraje v pracovní době (7% krátkodobý relax)
- 62% případů hraní trvá méně než 15 minut.
- Podle výzkumu NOKIA (2006) průměrná délka hraní 28 min.
- Hráči vs. hráčky: 50:50 – Muži hrají častěji, ženy delší čas „v jednom kuse“. Muži častěji v pracovním čase.
- Jen 8% hráčů hraje hry na mobilech s obrazovkou menší než 2 palce

Fakta o mobilním hraní

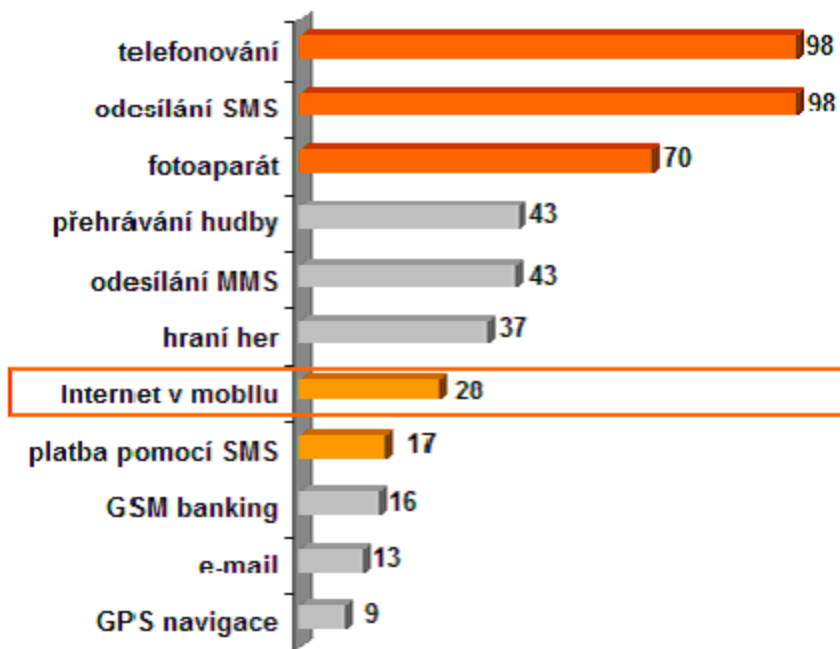
- Účel rozptýlení (60%), uklidnění a relax (40%)
- Faktory: mám rád hry (61%), cena za hry je rozumná (52%), líbilo se mi demo (50%)
- (AT&T 2009)
- Grafická kvalita hry 84% (Nokia 2006).

- Cena za hru: 4.30 – 4.80 Eur
- Co se hraje: klony PC her, logické hry, hry navázané na nějakou událost (MS fotbal...) (GfK 2009)
- Puzzle (66%), Card/casino (51%), Board games (15%), Action/adventures (15%)
- Tetris (20%), Bejeweled (18%), Solitaire (17%) (AT&T 2009)

Situace v ČR

- Penetrace mobilních telefonů - devět z deseti občanů ČR. (část i z SIM karty)
- rozšíření internetu v mobilu v obecné populaci ČR je zatím na poměrně nízké úrovni (7 %) Factum Invenio (2009)

Účely využívání mobilního telefonu
(% aktivních uživatelů internetu; N=988)



Cíl hlavního výzkumu

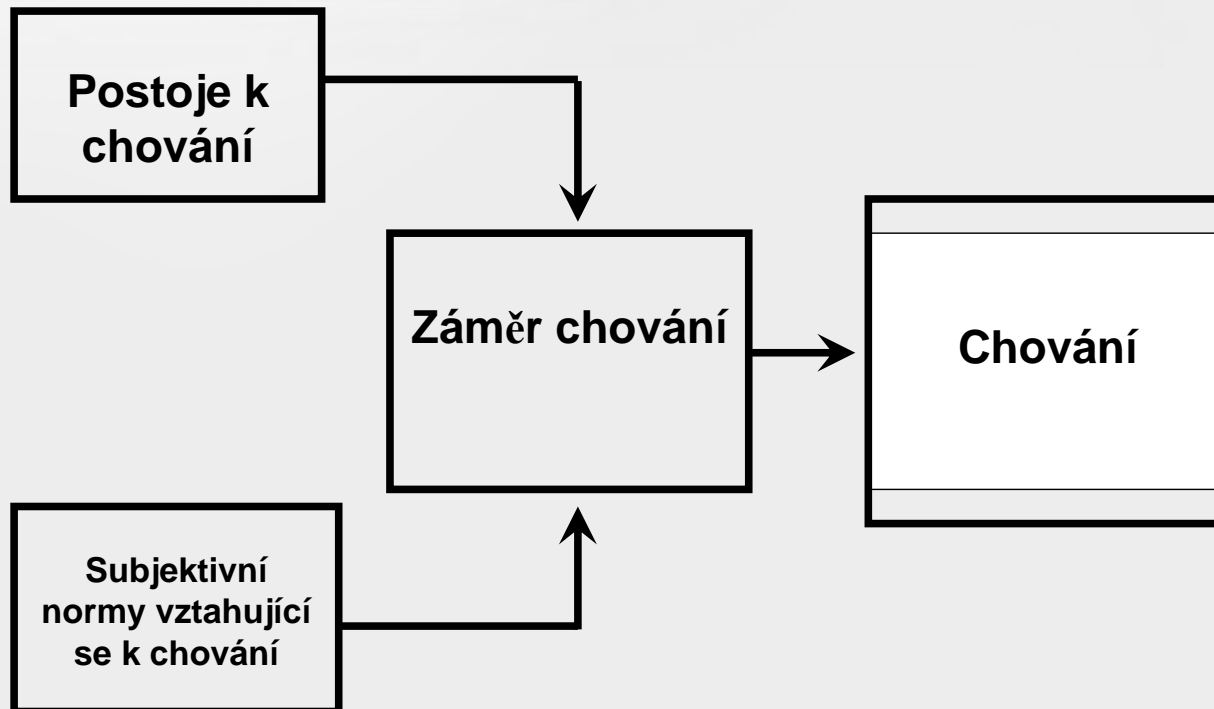
1. Zjistit co ovlivňuje zájem či nezájem spotřebitelů nahrávat do mobilních telefonů hry a hrát je.
2. Najít rozdíly v těchto faktorech napříč různými zeměmi: USA, Španělsko a ČR – „Global youth culture?“

„Metodický cíl“:

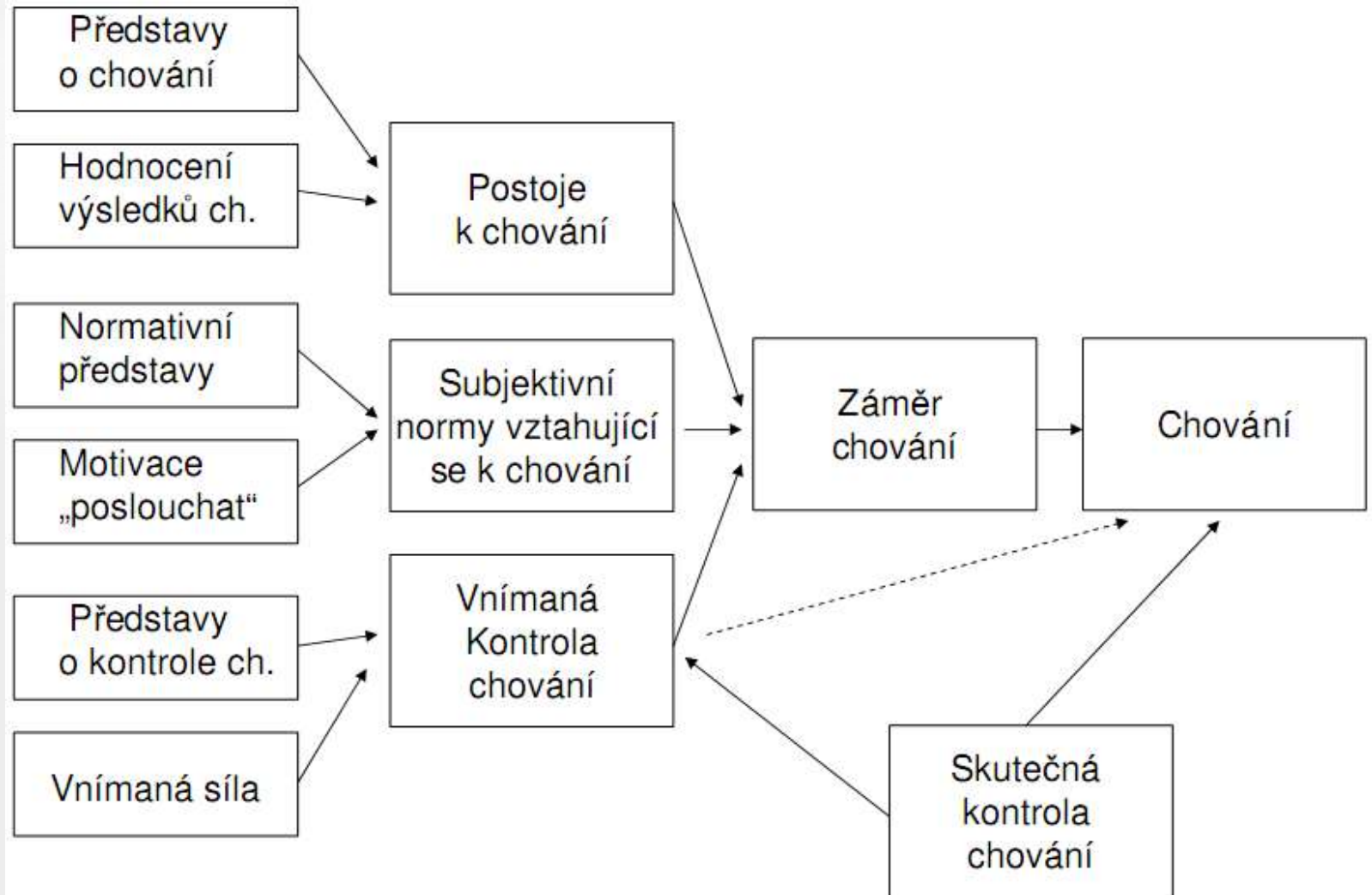
Testovat použitelnost modelu TAM pro mobilní hry, a to v upravené podobě.

Jak predikovat chování?

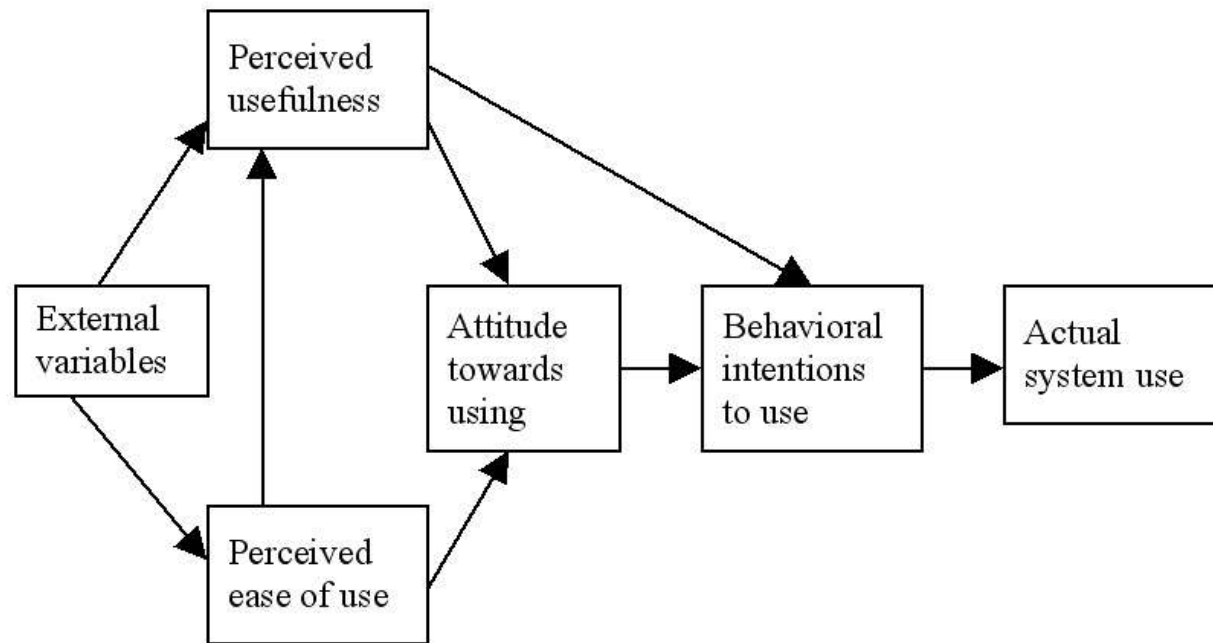
- Skutečné vs. zamýšlené chování :LaPiere - experiment (1934)
- Teorie zdůvodněného chování (Fishbein Ajzen 1975)



Teorie plánovaného chování (Ajzen 1991)



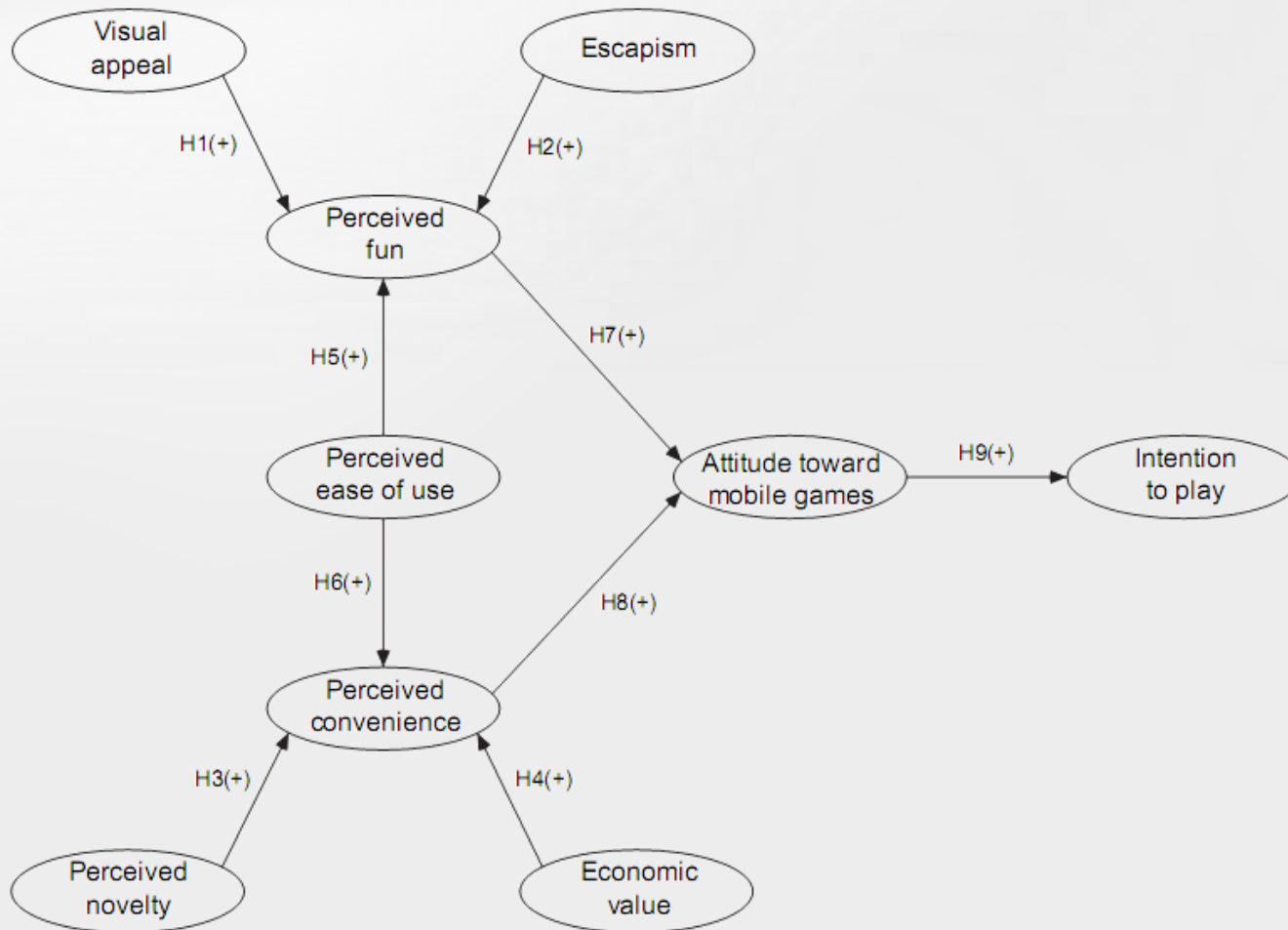
Aplikace T. zdůvodněného chování do světa IT: Technology Acceptance Model (Davis, Bagozzi, Warshaw, 1989.)



IT: zásadní vliv užitečnosti

Hry: důležitější snadnost použití (ale Levely!). I tak pro vysvětlení hraní nevhodný

Testovaný model



Data

Dotazník:

- 46 většinou škálových otázek sledující 10 témat (faktorů)
- 9 otázek na identifikaci respondentů
- Translation-back translation
- Konstrukci dotazníku předcházela pilotáž (experti)

Získáno:

- 105 USA, 181 Španělsko, 153 ČR
- Věkový průměr cca 20 let – v ČR mírně starší
- Mírná převaha mužů
- Délka používání mobilního telefonu cca 5 let (v ČR trochu déle)

Please answer all the questions.

First, we would like to ask some general questions about you. Please choose the most appropriate answer (please circle only one answer).

How old are you?	years old
What is your gender?	1. Male 2. Female
Your marital status	1. Single 2. Married
Your nationality	1. Czech Republic 2. Others ()
What is your weekly disposable income?	CZK
What is the approximate monthly household income of your family?	CZK
How long have you been using a cellular phone?	a. Less than 1 year b. 1-2 years c. 3-4 years d. 4-5 years e. More than 5 years
Do you play mobile games?	1. Never 2. Preinstalled games 3. Downloaded games 4. Both types of games



Now, we would like to know your overall opinion of the mobile games you play with your cell phone. Here, 'mobile games' means any entertainment programs that you have downloaded, or that are preinstalled in your cell phone. We are asking for your general perceptions when you play these mobile games. Please choose the most appropriate answer, according to the following evaluative scale:

1=Strongly disagree; 2=Disagree; 3=Somewhat disagree;
4=Neither disagree nor agree; 5=Somewhat agree; 6=Agree; 7=Strongly agree.

My cell phone displays games in an attractive way.	1	2	3	4	5	6	7
The games displayed in my mobile handset are aesthetically appealing.	1	2	3	4	5	6	7
I like the way games look on a mobile screen.	1	2	3	4	5	6	7
I usually find the design of mobile games visually attractive.	1	2	3	4	5	6	7
Regardless of the type of entertainment they offer, mobile games usually use beautiful colors, graphics and layout.	1	2	3	4	5	6	7
I find mobile games very entertaining.	1	2	3	4	5	6	7
The enthusiasm for mobile games is cooling, and it ticks me off.	1	2	3	4	5	6	7
My cell phone doesn't just display games - it really entertains me.	1	2	3	4	5	6	7
I find the time I spend playing mobile games truly enjoyable, compared to other media.	1	2	3	4	5	6	7
Playing mobile games is truly a joy.	1	2	3	4	5	6	7
Playing with mobile games gets me away from it all.	1	2	3	4	5	6	7
Playing with mobile games makes me feel that I am in another world.	1	2	3	4	5	6	7

1=Strongly disagree; 2=Disagree; 3=Somewhat disagree;
4=Neither disagree nor agree; 5=Somewhat agree; 6=Agree; 7=Strongly agree.

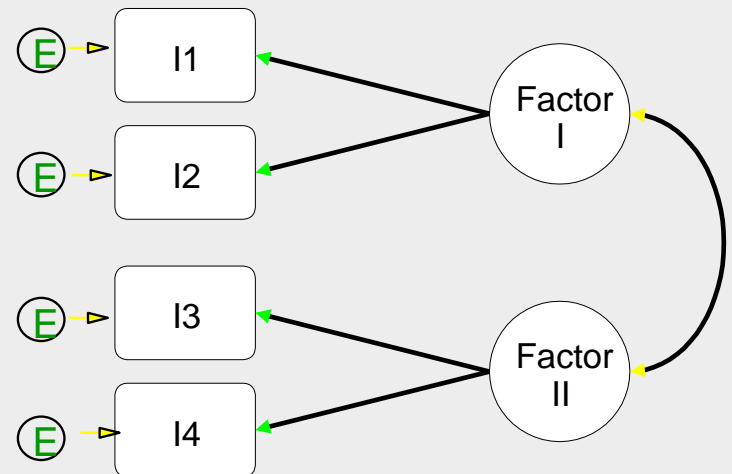
When I play mobile games, I get so involved that I forget everything else.	1	2	3	4	5	6	7
While I play mobile games, I truly feel that I am escaping from reality.	1	2	3	4	5	6	7
In general, mobile gaming is a good way to change my mood.	1	2	3	4	5	6	7
I enjoy playing mobile games for its own sake, not just for practical reasons.	1	2	3	4	5	6	7
I enjoy being immersed in exciting new games via mobile handsets.	1	2	3	4	5	6	7
I play mobile games for pure enjoyment.	1	2	3	4	5	6	7
Playing games on a small mobile screen is truly thrilling.	1	2	3	4	5	6	7
Playing mobile games is a really delightful experience.	1	2	3	4	5	6	7
Playing mobile games is an efficient way to be entertained.	1	2	3	4	5	6	7
Playing mobile games makes my life easier.	1	2	3	4	5	6	7
Playing mobile games fits in with the pace of my life.	1	2	3	4	5	6	7
The mechanics associated with mobile games is truly functional.	1	2	3	4	5	6	7
I find mobile games very practical.	1	2	3	4	5	6	7
Mobile games provide good economic value.	1	2	3	4	5	6	7
Overall, I am satisfied with the cost of mobile games.	1	2	3	4	5	6	7
Given the quality of the content, I find the costs of playing mobile games too high.	1	2	3	4	5	6	7
The cost of mobile games is affordable and worthwhile.	1	2	3	4	5	6	7
The price I pay to play games on my mobile is usually reasonable.	1	2	3	4	5	6	7
It is easy for me to develop my skill in playing mobile games.	1	2	3	4	5	6	7
I find it easy to learn how to play mobile games.	1	2	3	4	5	6	7
I find it easy to play mobile games.	1	2	3	4	5	6	7
I often find mobile games difficult to play.	1	2	3	4	5	6	7
To play mobile games you don't have to be a technology expert.	1	2	3	4	5	6	7
The chances of experiencing technical failures in mobile games are relatively low.	1	2	3	4	5	6	7
I prefer a routine form of entertainment to an unpredictable one full of change.	1	2	3	4	5	6	7

Metodika testování modelu

Konfirmační faktorová analýza

- Provedená na celém vzorku dat + na jednotlivých zemích (test latentních proměnných)

(Faktorová analýza zkoumá závislosti mezi proměnnými, zda je možné je seskupit do menšího množství tzv. (latentních) faktorů. KFP pak zkoumá i existenci předpokládaných vztahů mezi faktory)

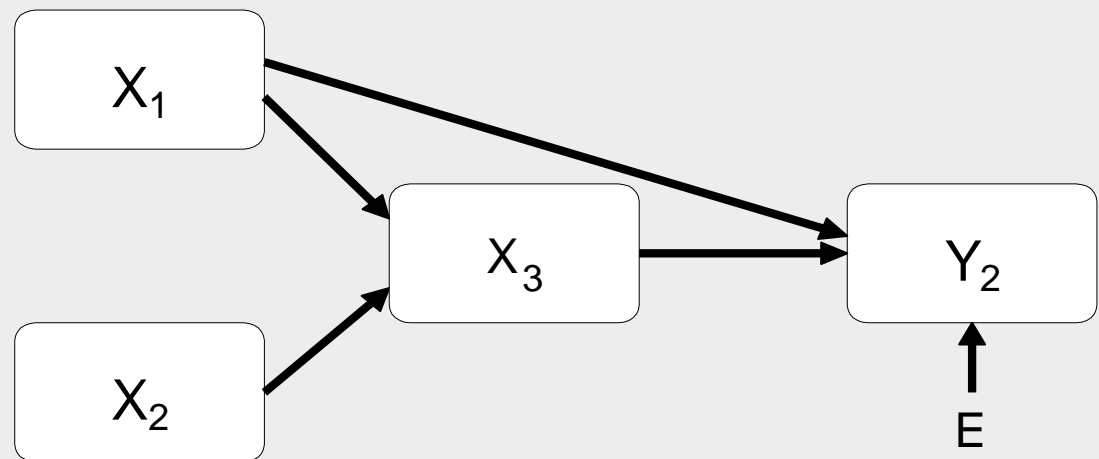


Metodika testování modelu

Strukturální modelování (Structural equation modeling) – použito jako konfirmační prostředek

Model testován na celých datech i na jednotlivých zemích.

(SEM rozšiřuje běžné techniky regresní a faktorové analýzy pro testování komplexních modelů vztahů.)



Výsledky a závěry

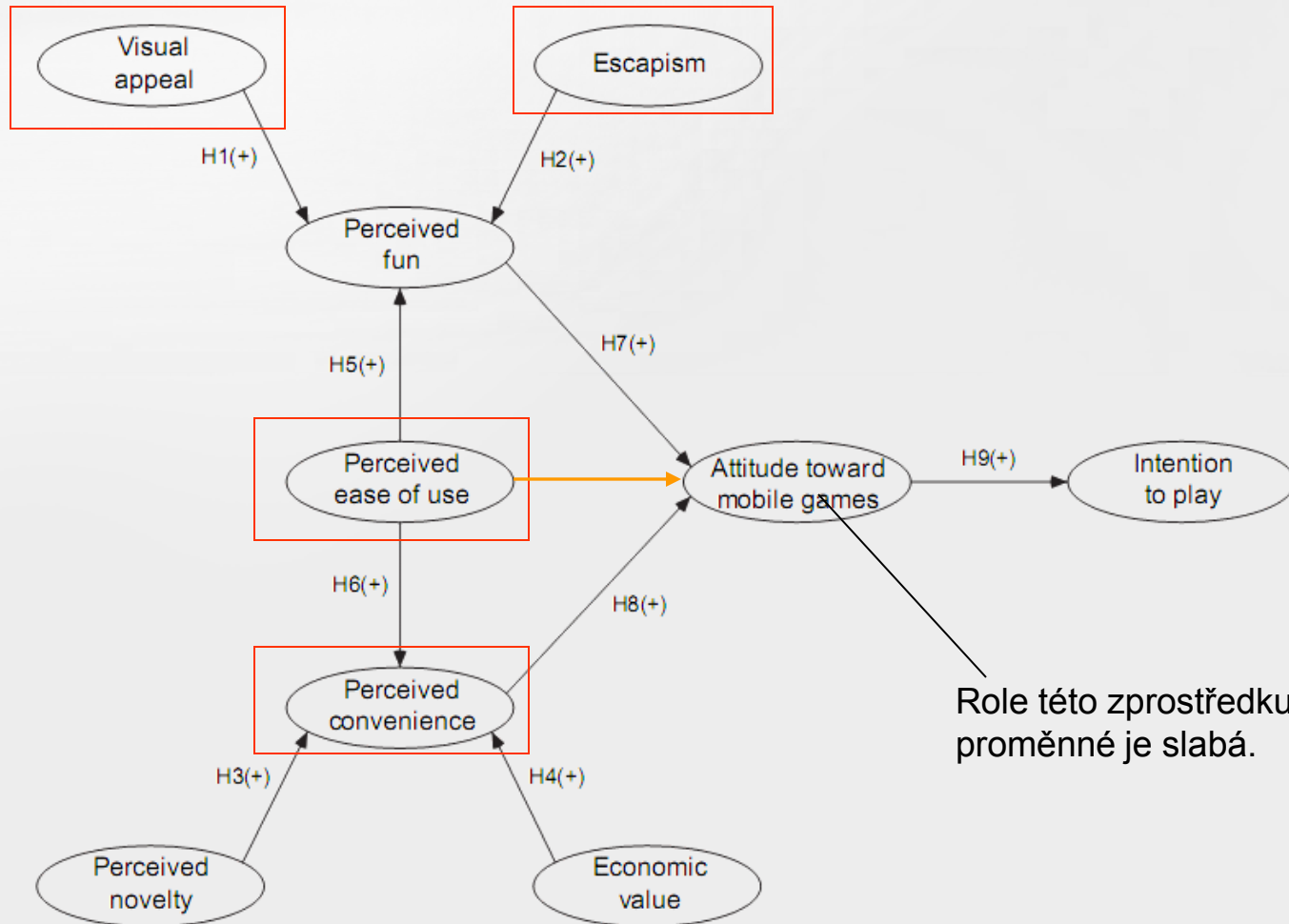
Navržený model statisticky obstál.

- Je dobré nahradit v TAM „usefulness“ za „perceived convenience“ – lepší predikce chování

Překvapivě má větší váhu „pohodlí“ než „zábava“

- Patrně souvisí s účelem mobilních her – „zabít čas“ kdykoliv a kdekoliv, když je to nutné

Výsledky a závěry



Role této zprostředkující proměnné je slabá.

Výsledky a závěry

Konstrukce faktorů platí i na úrovni každé ze tří zemí

- S obezřetností: existuje homogenní segment globální mládeže

USA (vs. Španělsko): větší vliv faktoru zábavy, pohodlí, vizuální stránky a novosti

ČR (vs. USA): pohodlí, snadnost ovládnání, novost a ekonomická stránka

ČR (vs. Španělsko): většina faktorů má větší váhu

Omezení

Nezohledněny byly tyto aspekty:

- online a offline hry
- technologická stránka her (aplikace, SMS, internetové hry)
- pohlaví a věk respondentů