



Walentynki

Raport z badania przeprowadzonego w dniach
2–6 lutego 2006





Spis treści

O badaniu.....	3
Podsumowanie wyników badania.....	5
Profil społeczno-demograficzny badanych.....	25





O badaniu



O badaniu



- Badanie zostało przeprowadzone w dniach 2-6 lutego na witrynach korzystających z bezpłatnego audytu site-centric stat.pl/PBI.
- Ankiety wyświetlane były losowo.
- W ramach badania zebrano 1 959 kwestionariuszy wypełnionych do końca przez osoby powyżej 15 roku życia.
- W celu zapewnienia reprezentatywności wyników badania dla ogółu internautów, odpowiedzi analizowano z wykorzystaniem wagi analitycznej, skonstruowanej na podstawie danych o płci i wieku internautów oraz częstotliwości korzystania z internetu w Polsce, pochodzących z badania Interbus TNS OBOP za grudzień 2005.
- Celem badania było poznanie opinii internautów na temat Walentynek oraz zwyczajów związanych z obchodzeniem tego święta. Zebrane informacje porównano z wynikami analogicznego badania przeprowadzonego w 2005 roku co pozwoliło na wyciągnięcie ogólnych wniosków na temat zmian w postrzeganiu Święta Zakochanych przez polskich użytkowników internetu.





Podsumowanie wyników badania



Podsumowanie (1)



Można zakładać, że osoby korzystające z internetu - a więc mające częsty kontakt z informacjami z całego świata - znają Walentynki, przybyłe do Polski z USA i Europy Zachodniej. Potwierdzają to wyniki przeprowadzonego badania: wśród polskich internautów prawie nie ma takich, którzy nie znaliby święta obchodzonego 14 lutego; podobnie jak rok temu, zaledwie 1% respondentów odpowiedziało, że nie słyszało o Walentynkach. Spośród pozostałych, ponad połowa (58%) planuje je w tym roku obchodzić – jest to nieco mniej niż w roku ubiegłym (68%).

Mimo iż jest to „Święto Zakochanych”, wysyłamy życzenia i dajemy prezenty nie tylko swoim wybrankom i wybrańcom. I chociaż walentynki obchodzić będzie zdecydowanie większy odsetek (77%) wśród osób będących w związku (sformalizowanym bądź nie) niż wśród osób samotnych (27%), jednak i jedni, i drudzy pomyślą w tym dniu o swoich bliskich, z którymi łączy ich przyjaźń lub więzy krwi. 13% badanych internautów zamierza w ten dzień okazać uczucie swoim znajomym, również 13% – rodzicom, siostrze, bratu lub innemu członkowi rodziny (badani mogli wskazać kilka odpowiedzi, nie jest to więc suma odsetków internautów wskazujących poszczególnych członków rodziny) .



Podsumowanie (2)



Na pierwszym miejscu pozostają jednak partnerzy respondentów (78%), na drugim zaś - osoby, które podobają się ankietowanym (17%). Kolejność ta jest identyczna jak w 2005 roku, co pokazuje, że postrzeganie Walentynek jako dnia okazywania uczuć – tych gorących ale i tych ciepłych – nie zmienia się.

Wśród sposobów okazywania uczuć na pierwsze miejsce zdecydowanie wysuwa się kupowanie prezentów i przesyłanie życzeń bądź ich osobiste składanie. Kolejność ta jest taka sama jak w 2005 roku, jednak obecnie nieco więcej osób deklaruje chęć kupna prezentu, nieco zaś mniej – wysłania życzeń walentynkowych. Na trzecim miejscu w obu badaniach znalazły się plany wyjścia do restauracji lub kawiarni.

Wśród użytkowników internetu najpopularniejsze są elektroniczne formy składania życzeń: 45% respondentów zamierza przesłać walentynkę sms-em, e-mail zaś uzyskał taką samą liczbę wskazań, co tradycyjna poczta (35%).



Podsumowanie (3)



Zaznacza się zasadnicza różnica między okazywaniem uczucia partnerom i innym osobom: spośród tych, którzy okażą je wyłącznie swojej „drugiej połowie”, prawie połowa (48%) planuje kupić prezent, zaś 16% wysłać lub osobiście złożyć życzenia walentynkowe. Z kolei wśród tych, którzy ciepłe uczucia będą okazywać tylko znajomym, rodzinie lub innym osobom, zaledwie 16% zamierza kupić prezent, za to 50 % - złożyć lub wysłać walentynkowe życzenia. Różnice widać także w wydawanych kwotach pieniędzy: wśród osób kupujących prezent swoim partnerom ponad połowa planuje wydać 50 zł lub więcej; wśród kupujących prezenty innym bliskim – mniej niż jedna czwarta (22%) przekroczy tę kwotę.

Podobnie jak w zeszłym roku, wśród wszystkich deklarujących zamiar zakupu prezentu walentynkowego, najwięcej internautów planuje kupić maskotki (34% w obu badaniach) lub słodycze (32% wskazań w 2005 roku i 26% w 2006 roku). Choć zakupy internetowe nadal cieszą się nieporównanie mniejszym zainteresowaniem niż zakupy tradycyjne, jednak zaobserwować można niewielki wzrost liczby osób wykorzystujących tę możliwość. Nie stosuje się to jednak do kupowania kwiatów: prawie żaden z ankietowanych nie planuje kupić ich przez internet, najczęstszym zaś miejscem ich nabywania jest zwykła kwiaciarnia(75%).



Podsumowanie (4)



Wydatki planowane w tym roku nieco różnią się od tych z roku zeszłego. Najmniejszy odsetek internautów osób planuje wydać więcej niż 200 zł (od 2005 roku spadek z 7% do 5%), zaś zauważalne różnice pojawiają się wśród planujących wydać mniej: spadł odsetek osób planujących wydatki poniżej 100 zł (z 77% do 71%), wzrósł zaś tych, którzy planują wydać między 100 a 200 zł (z 10% do 18%). Wyniki te mogą wskazywać na nieco większą wagę, jaką ankietowani przykładają do prezentów ofiarowanych na Święta Zakochanych.

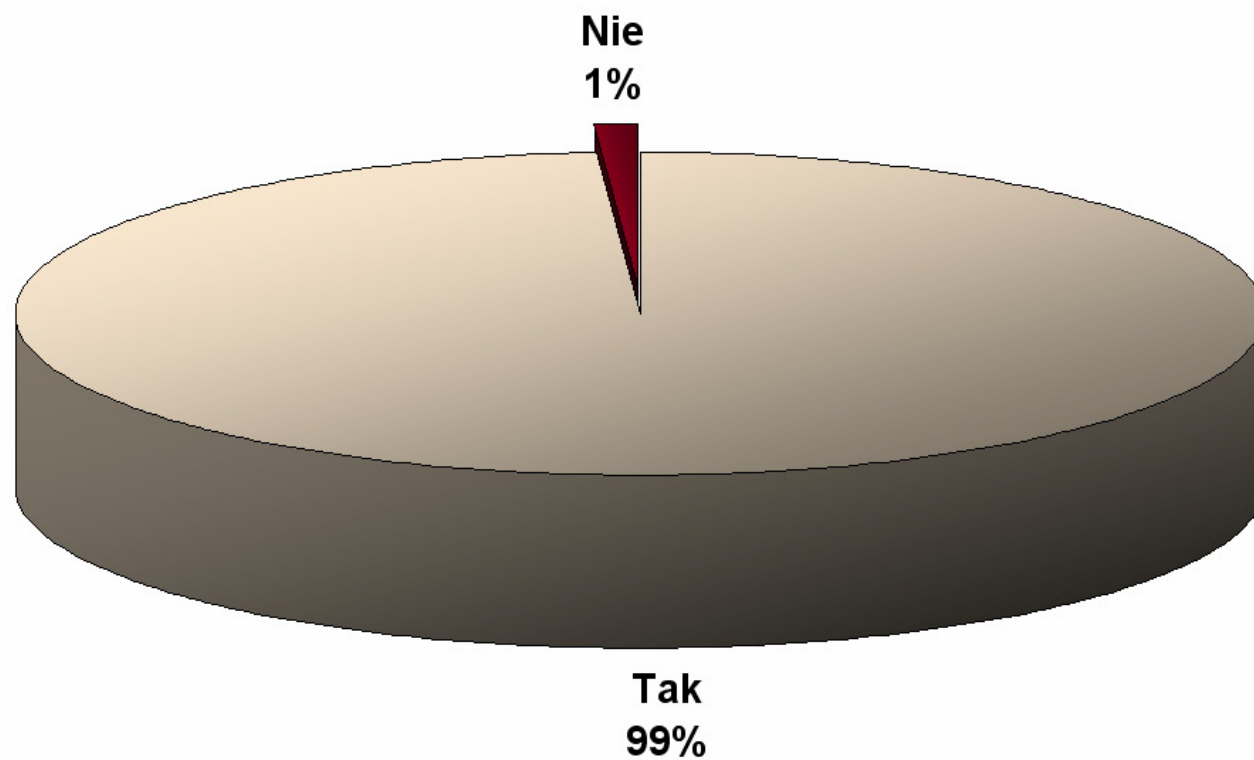
Zaznacza się pewna różnica w sposobie udzielania odpowiedzi przez kobiety i mężczyzn: nieco więcej pań (62%) niż panów (55%) zamierza obchodzić Walentynki, nieco inaczej planują też je spędzić. Jedynie plany spędzenia tego wieczoru w kinie lub teatrze są podobne dla obu płci, dla pozostałych odpowiedzi zaznaczają się wyraźne różnice. Kobiety częściej niż mężczyźni planują podarować prezent (46%), złożyć lub wysłać życzenia (33%), pójść do restauracji, kawiarni (27%) lub na spacer (12%). Mężczyźni z kolei myślą tego dnia przede wszystkim o kwiatach (40% wskazań) nie przykładając tak dużej wagi do innych sposobów okazywania uczuć (w ankiecie badani mieli możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi). Porównanie deklarowanych wydatków pokazuje z kolei, że mężczyźni wydadzą więcej na walentynkowe prezenty: prawie dwie trzecie z nich (63%) wyda ponad 50 zł, podczas gdy wśród kobiet odsetek ten wynosi zaledwie 30%.



Czy słyszałeś(aś) o Walentynkach?



2006



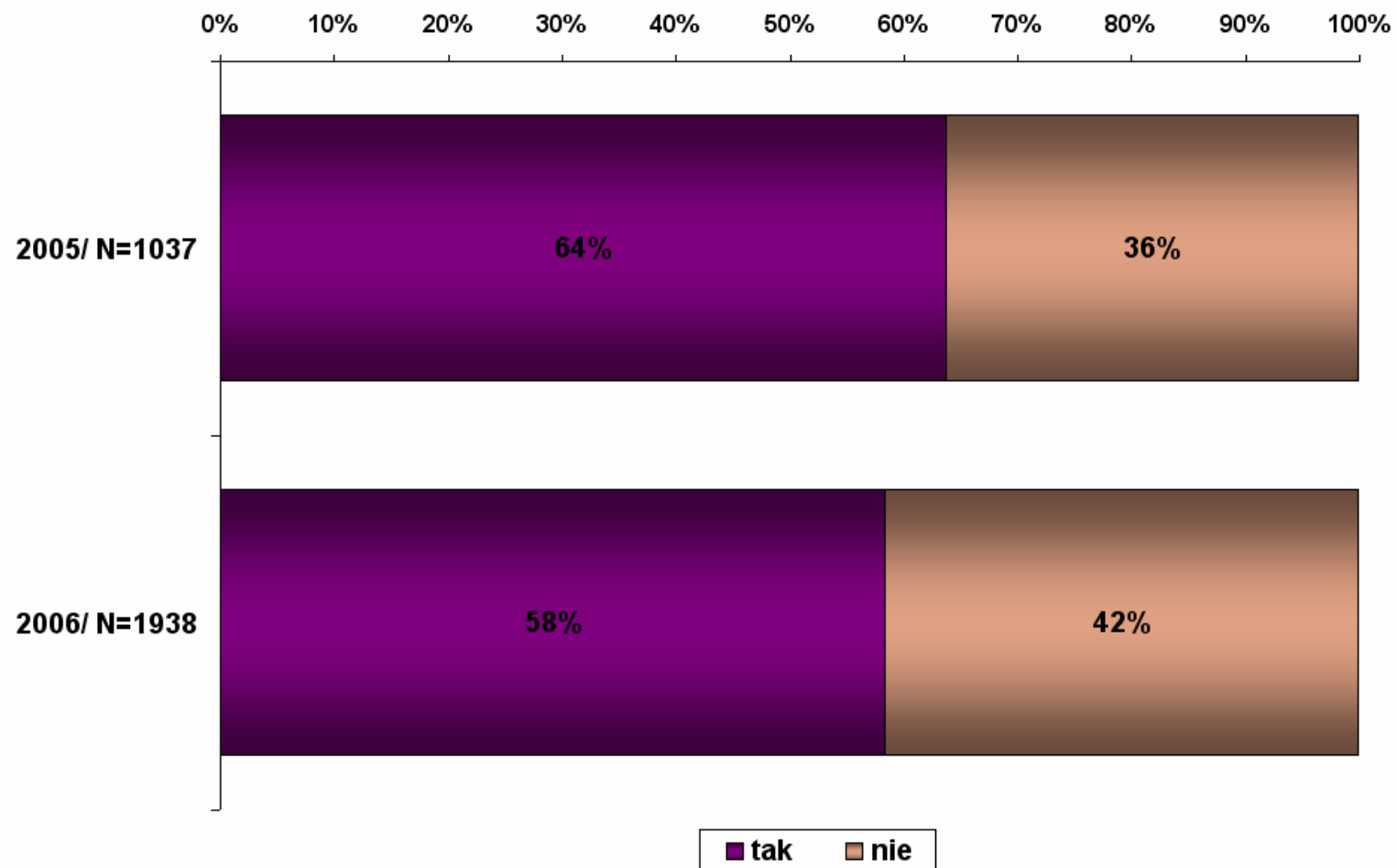
N=1959 (wszyscy badani)

10



Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Czy będziesz obchodzić Walentynki?



Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że słyszeli o Walentynkach

11

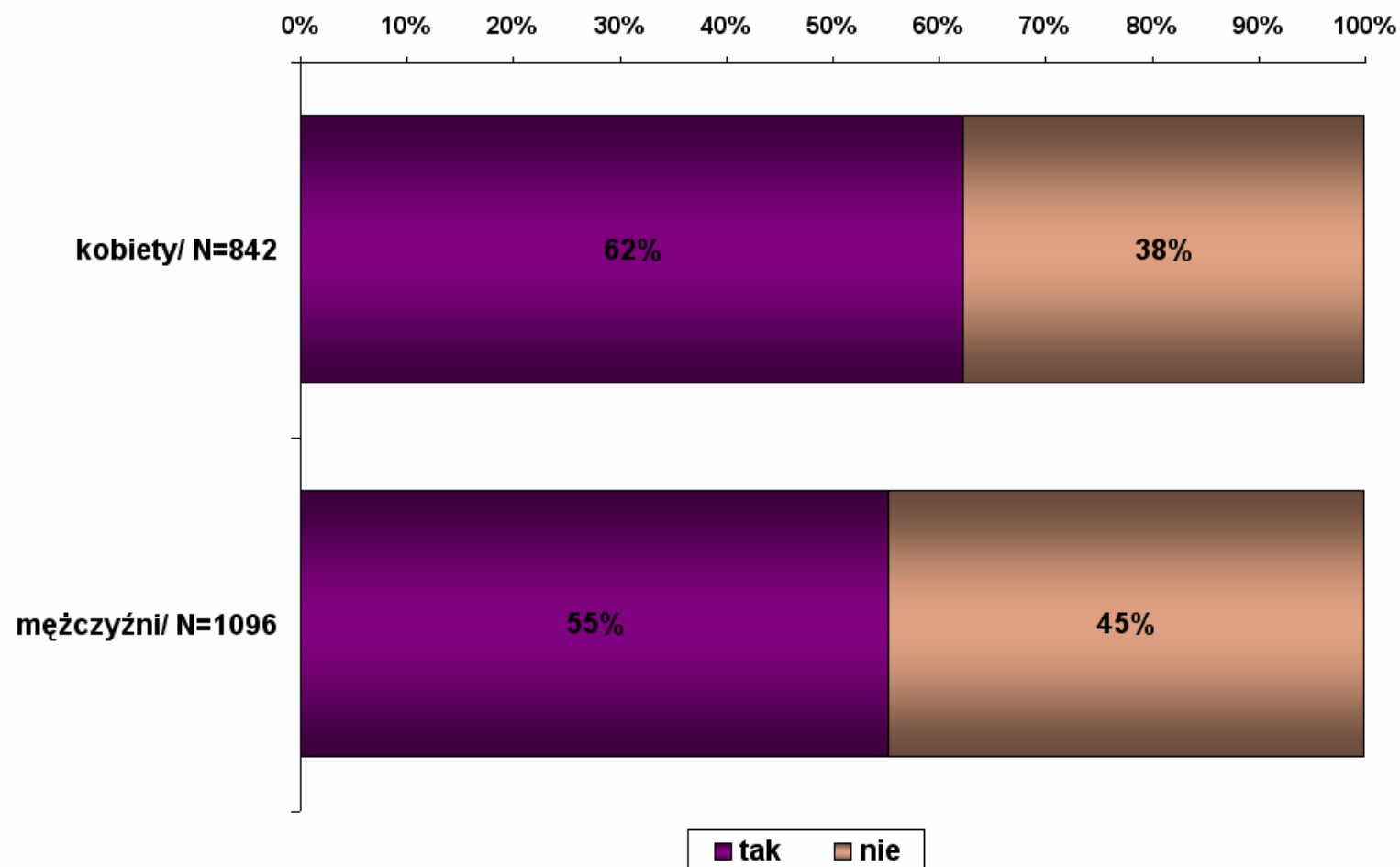


Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Czy będziesz obchodzić Walentynki?



2006



Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że słyszeli o Walentynkach

12

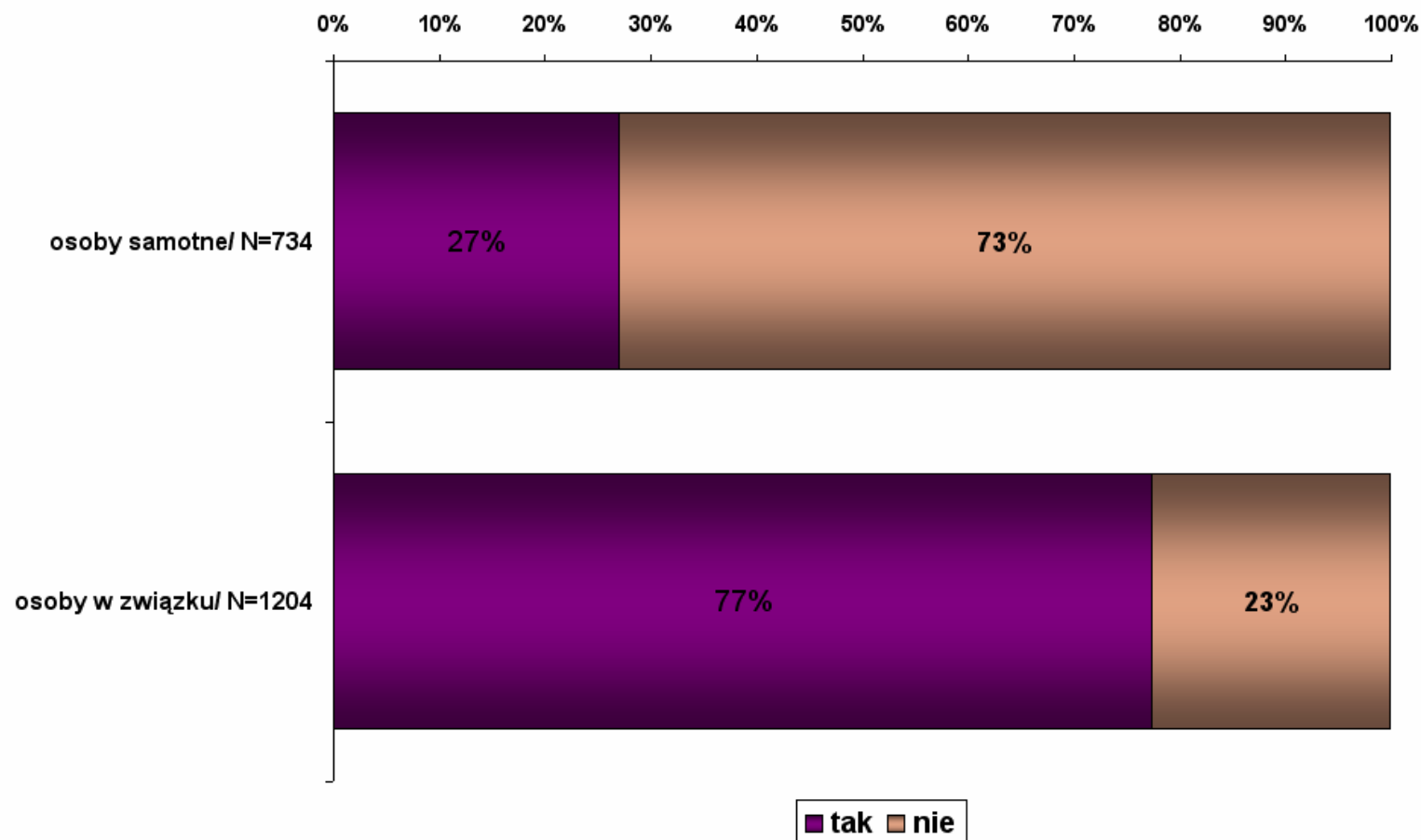


Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Czy będziesz obchodzić Walentynki?



2006



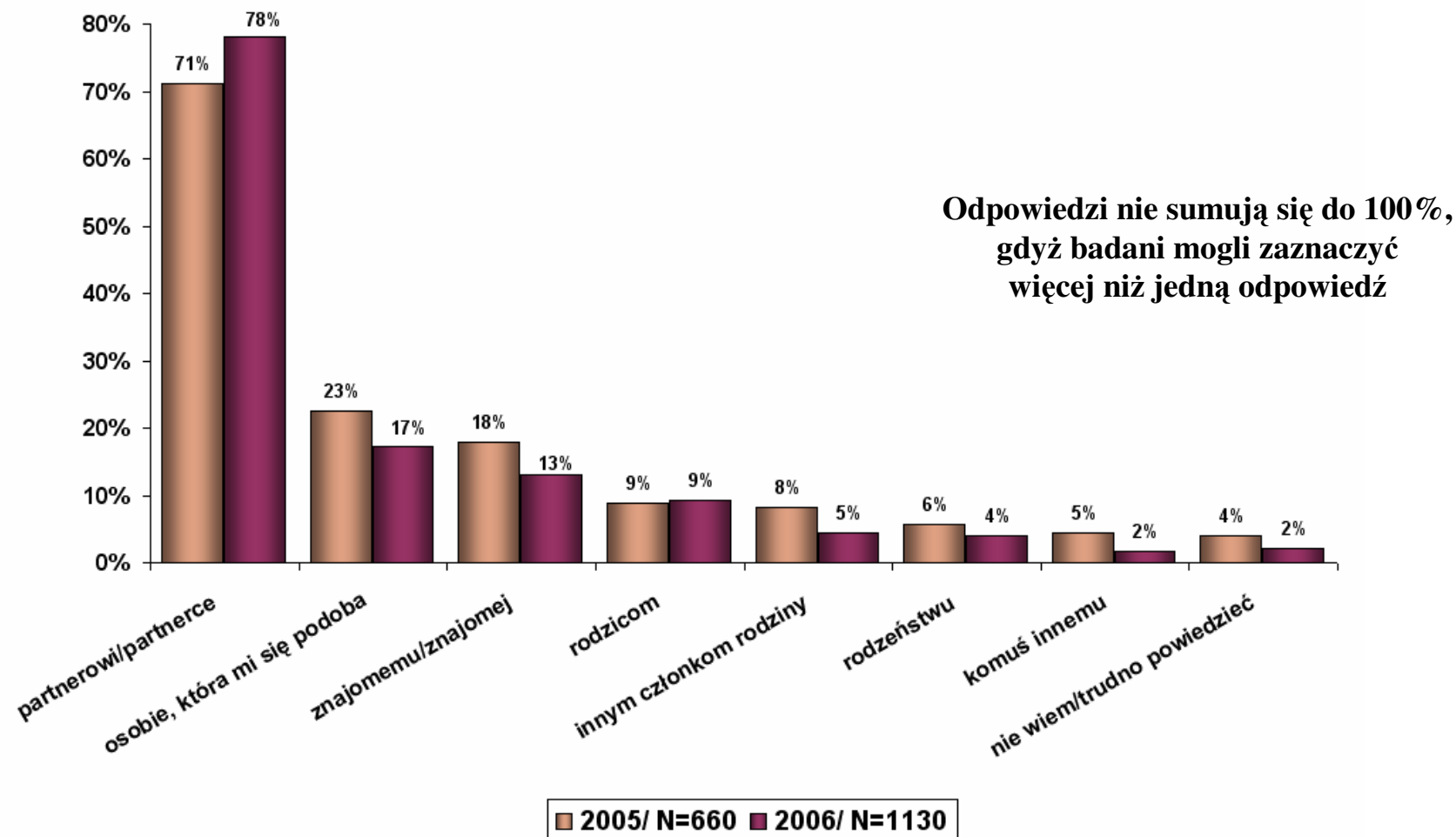
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że słyszeli o Walentynkach

13



Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Komu okażesz uczucie w Walentynki?



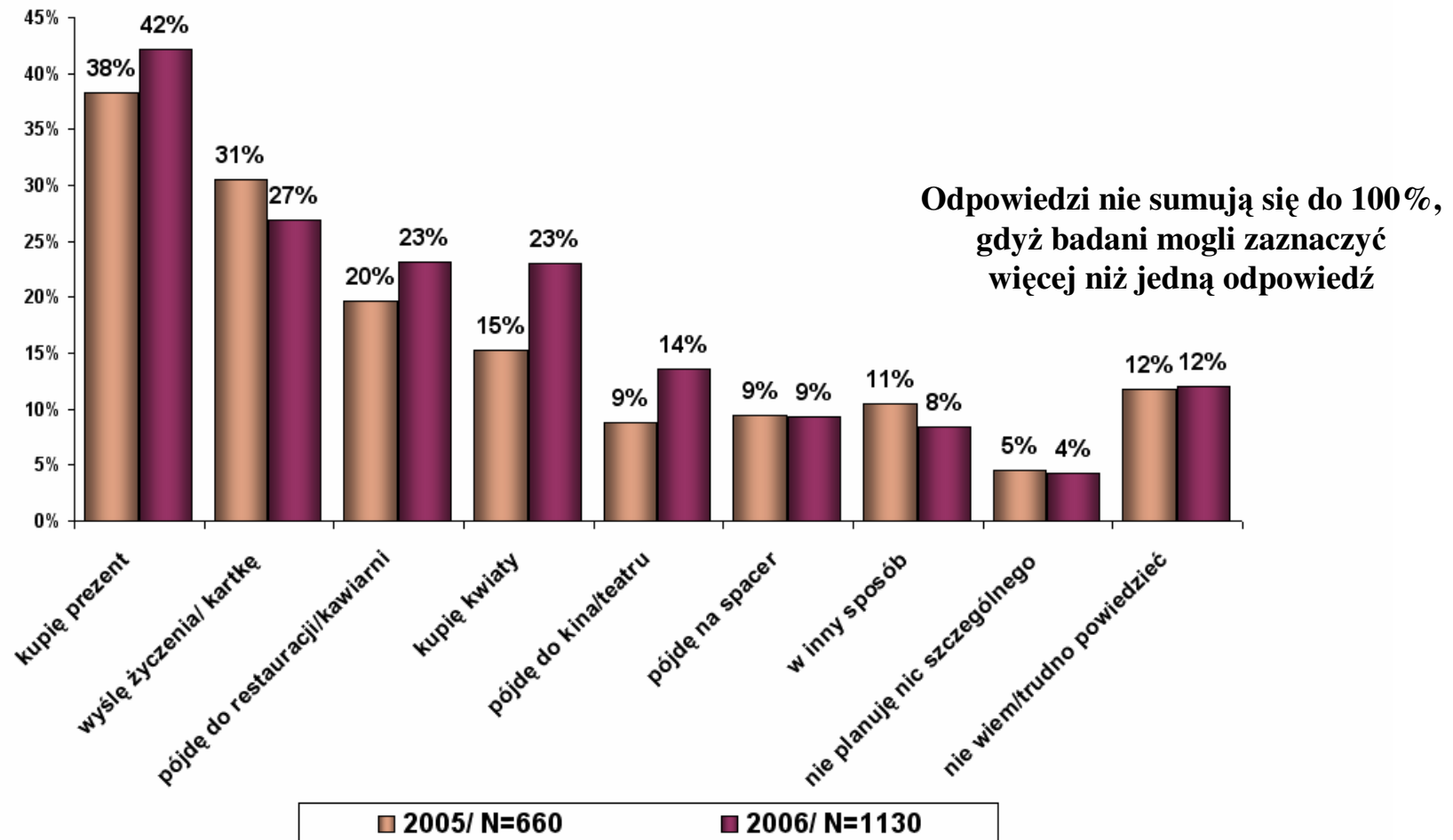
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że będą obchodzić Walentynki

14



Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

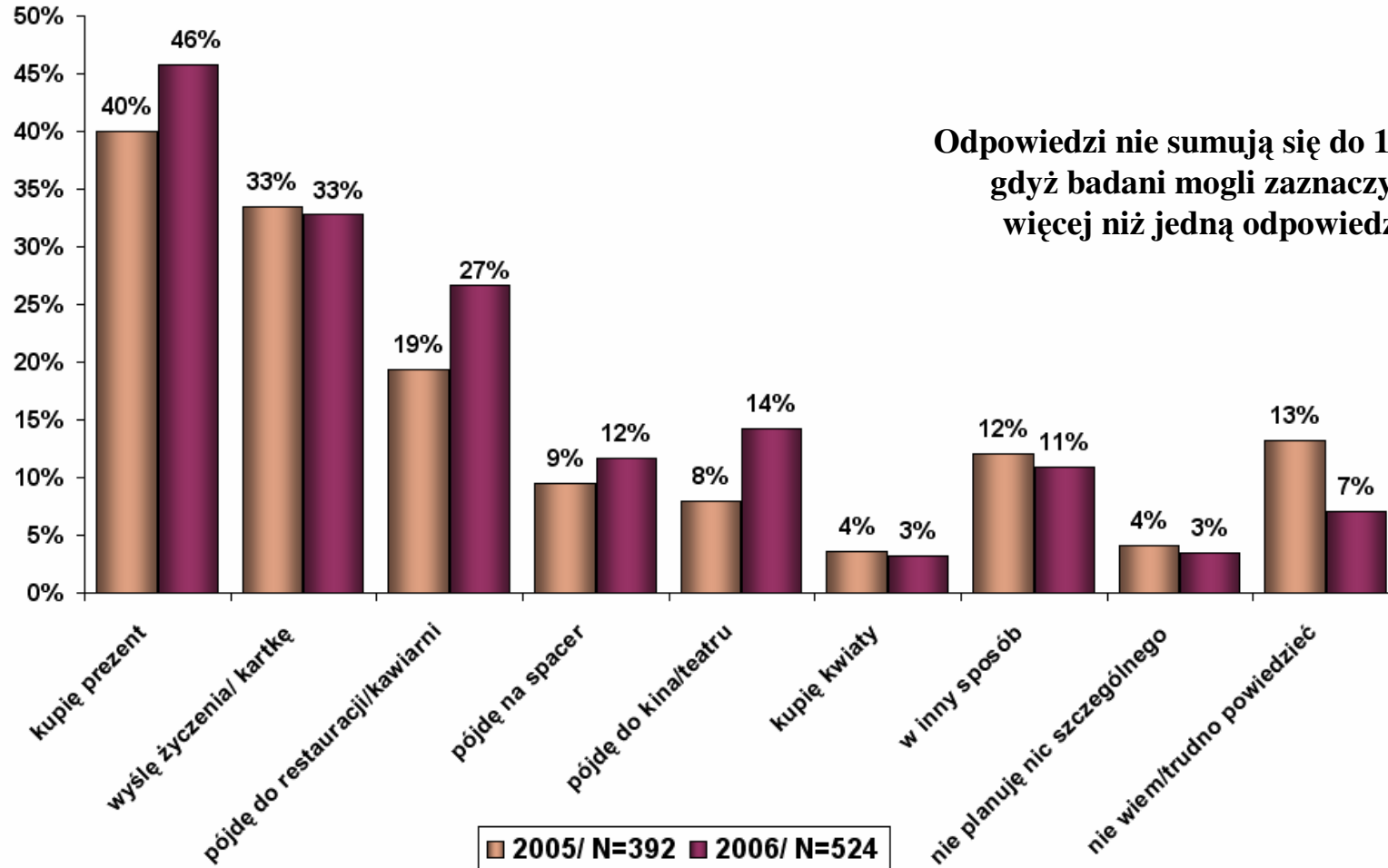
Plany na Walentynki



Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że będą obchodzić Walentynki



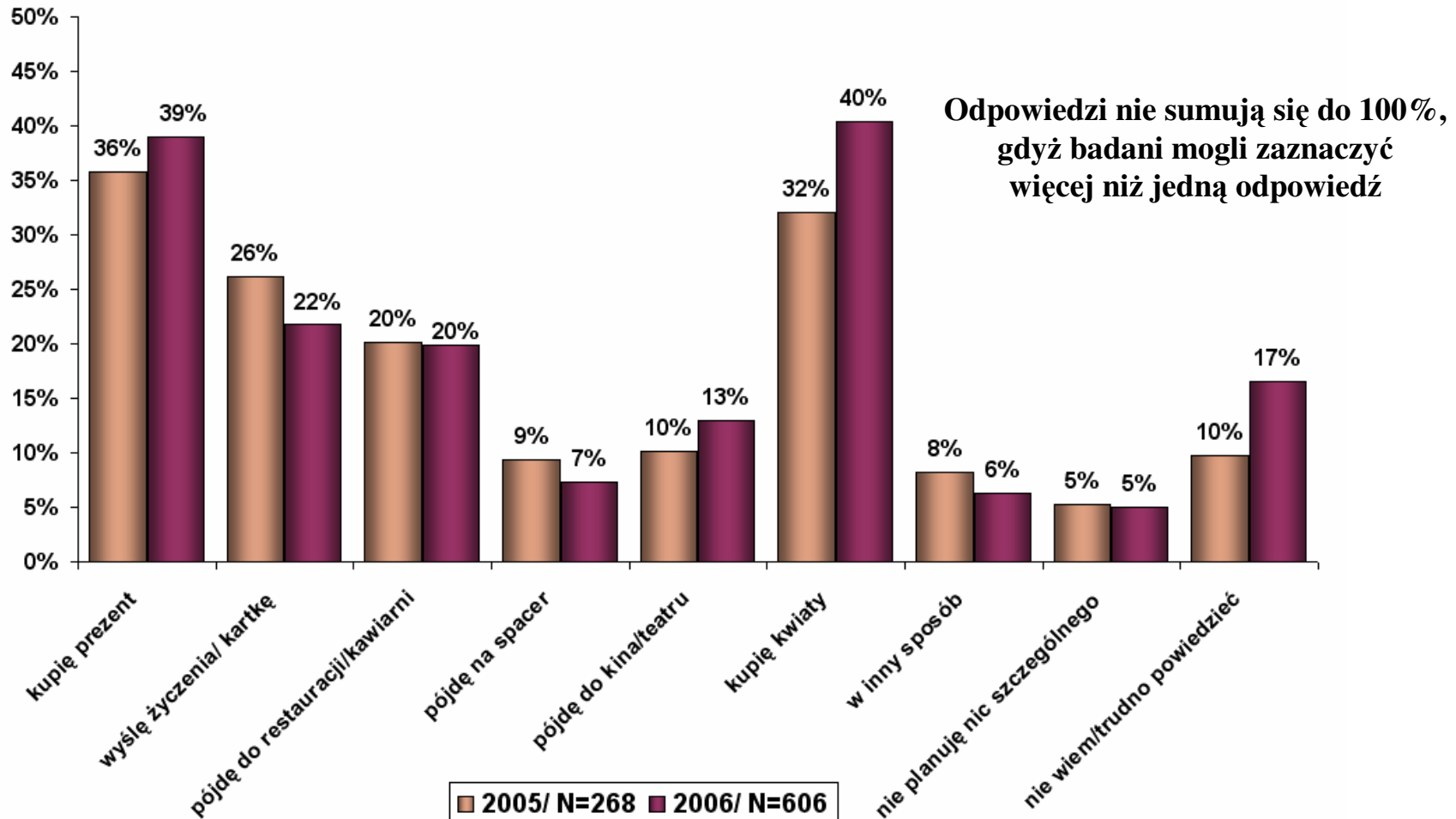
Plany na Walentynki - kobiety



Na wykresie prezentujemy odpowiedzi kobiet deklarujących, że będą obchodzić Walentynki



Plany na Walentynki - mężczyźni



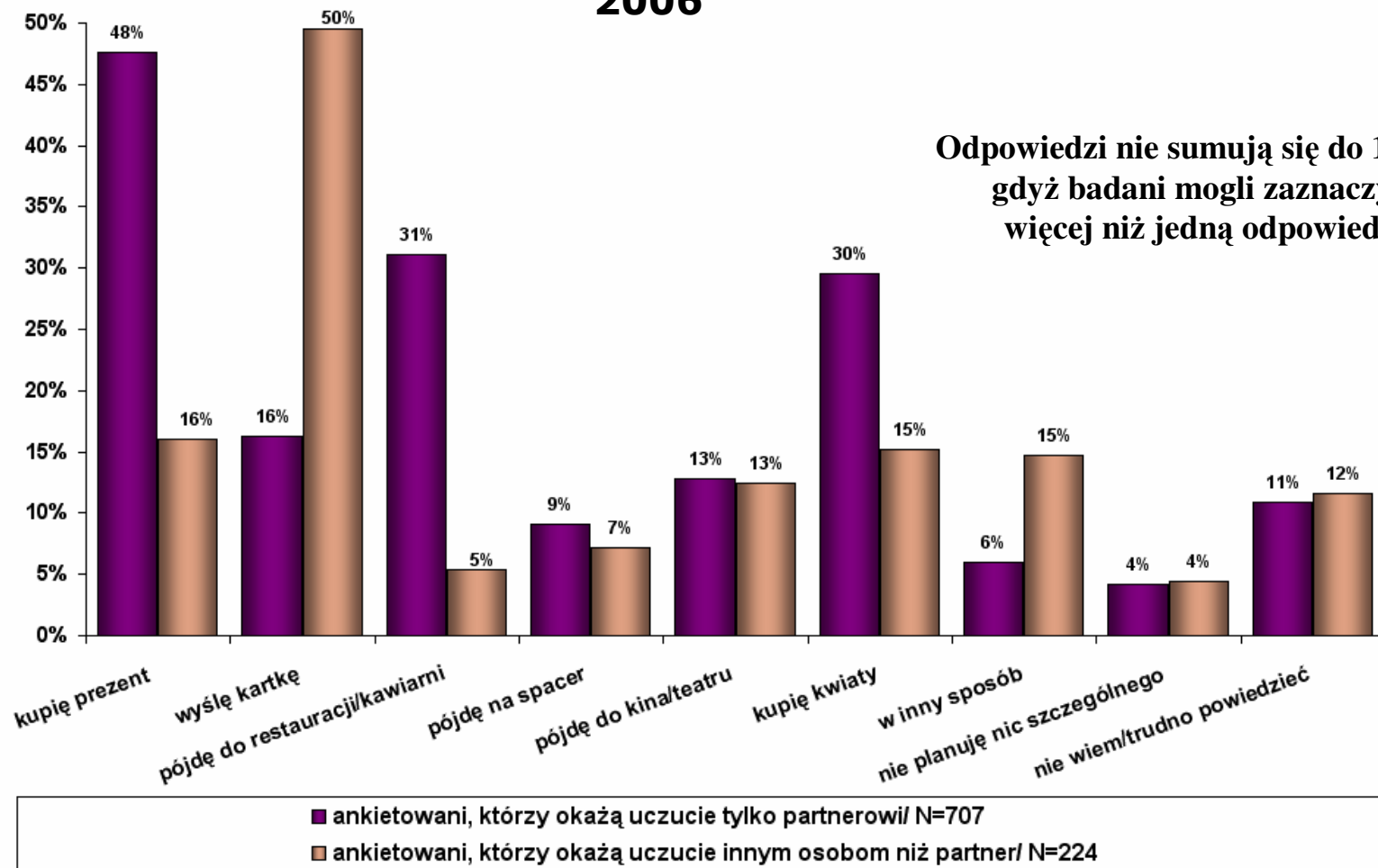
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi mężczyzn deklarujących, że będą obchodzić Walentynki



Plany walentynkowe wobec partnerów i innych bliskich



2006



Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że będą obchodzić Walentynki

18

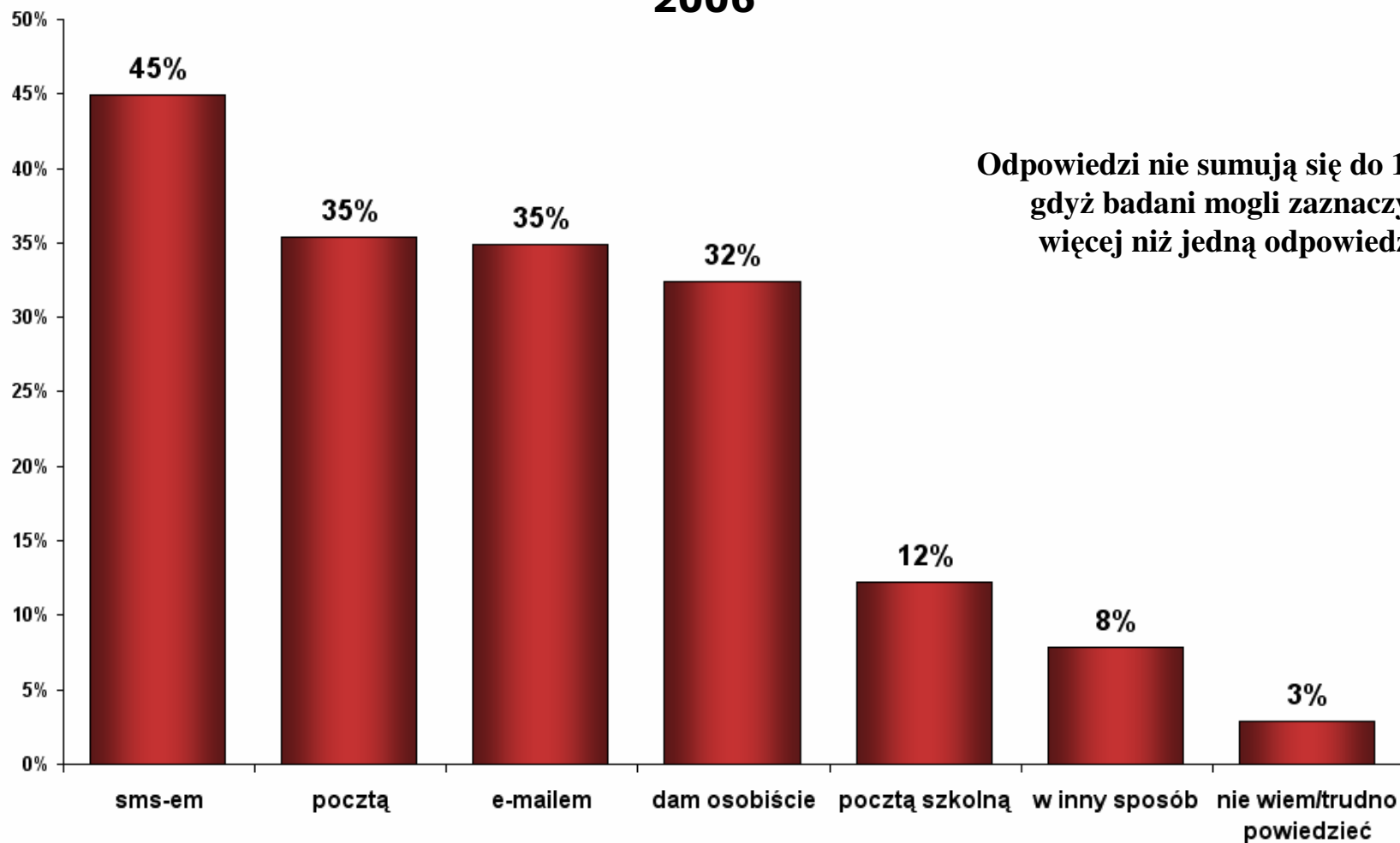


Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Jak wyślesz życzenia walentynkowe?



2006



Odpowiedzi nie sumują się do 100%,
gdyż badani mogli zaznaczyć
więcej niż jedną odpowiedź

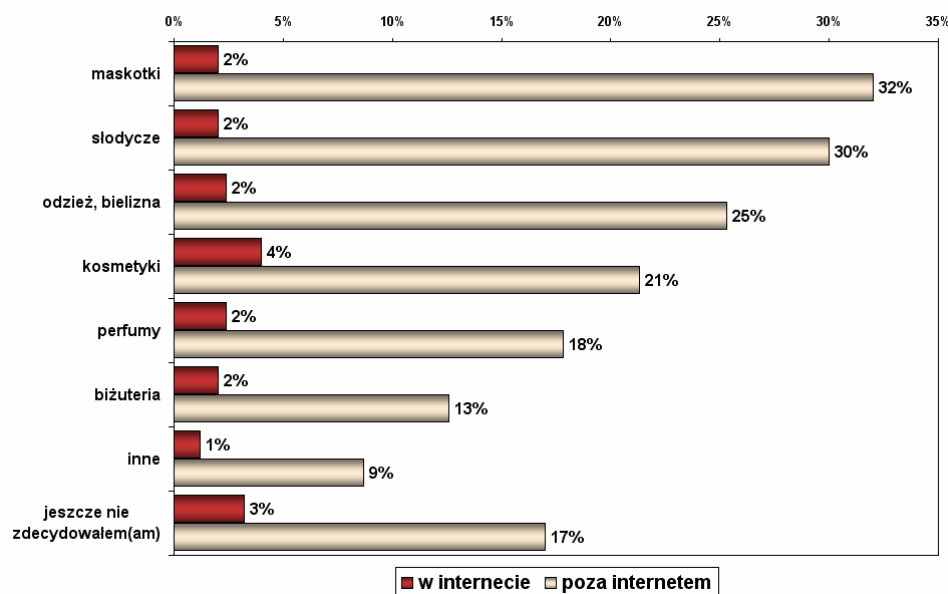
N=300 (badani, którzy deklarowali, że wyślą kartkę na Walentynki)

19



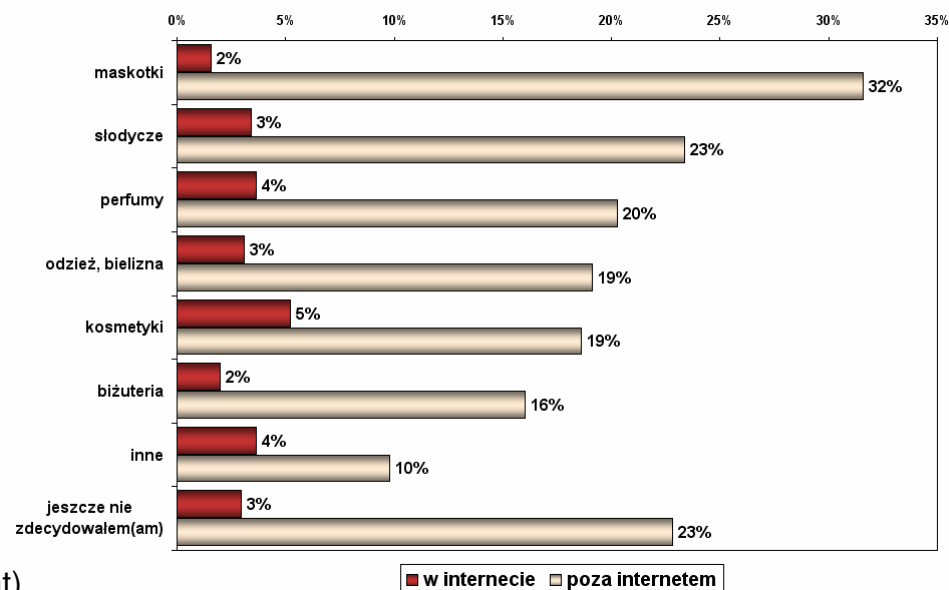
Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Planowane zakupy prezentów



2005

N=253 (badani, którzy deklarowali, że kupią na Walentynki prezent)

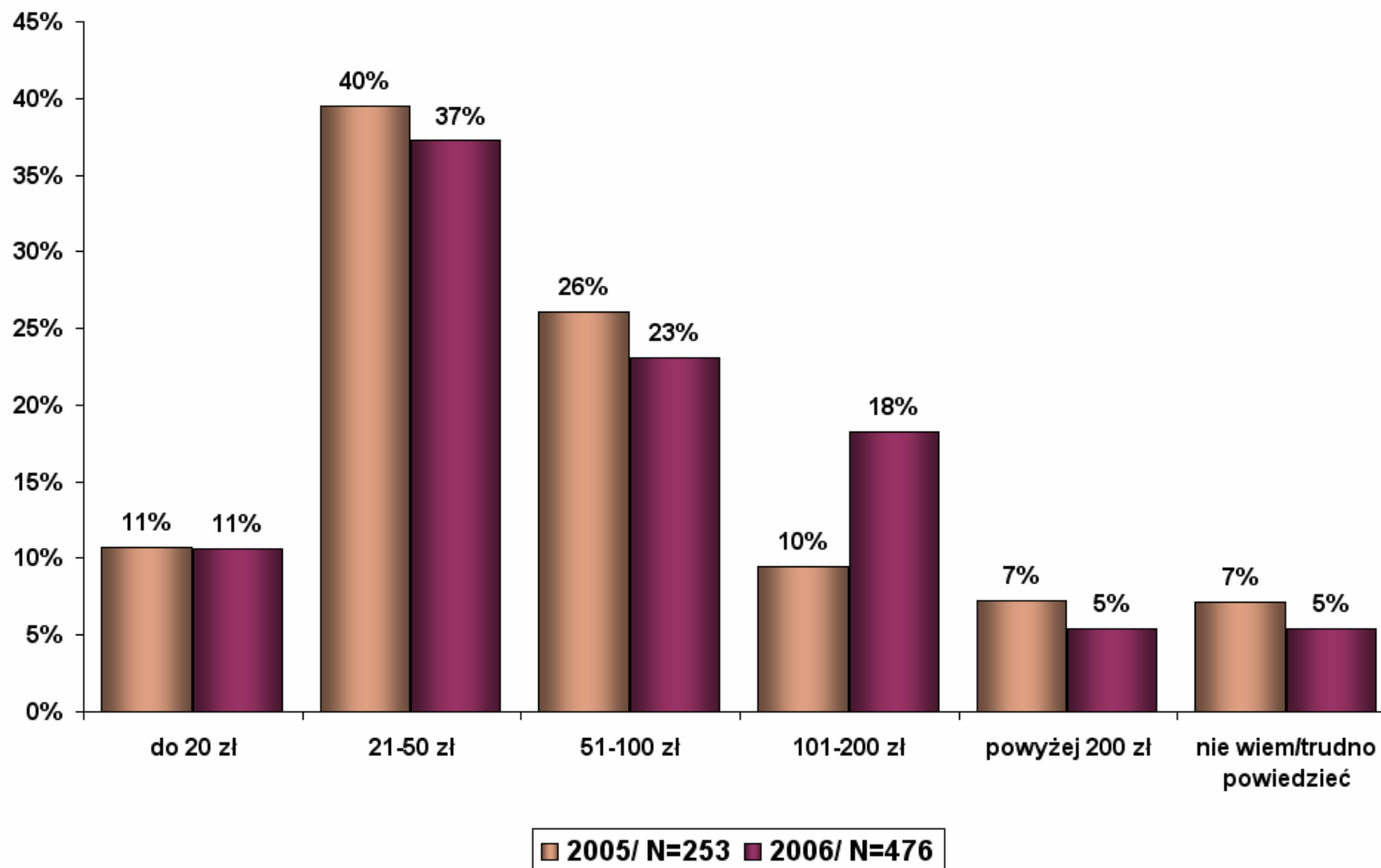


2006

N=476 (badani, którzy deklarowali, że kupią na Walentynki prezent)



Planowane wydatki na prezenty



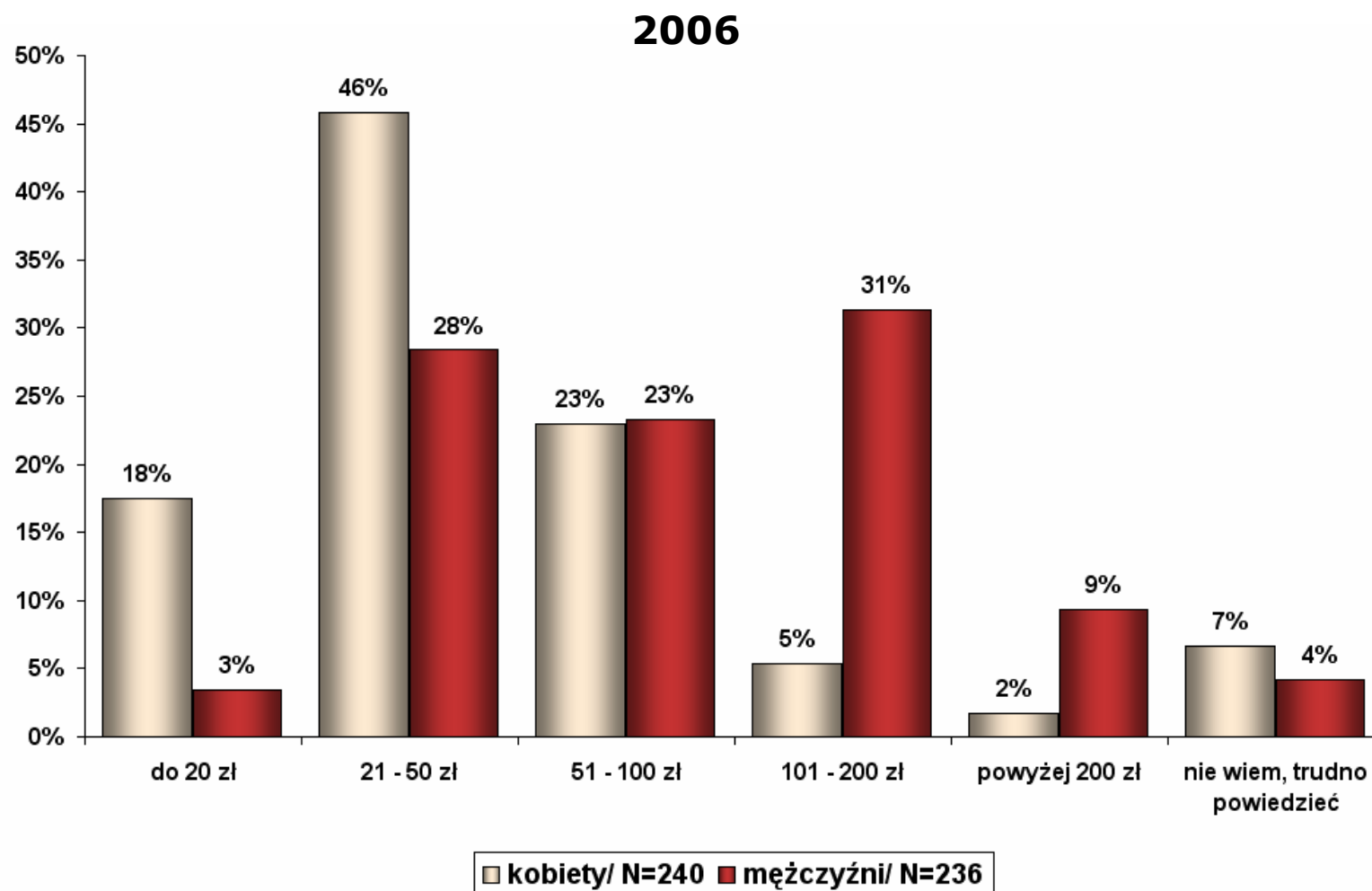
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że kupią na Walentynki prezent

21



Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Planowane wydatki na prezenty



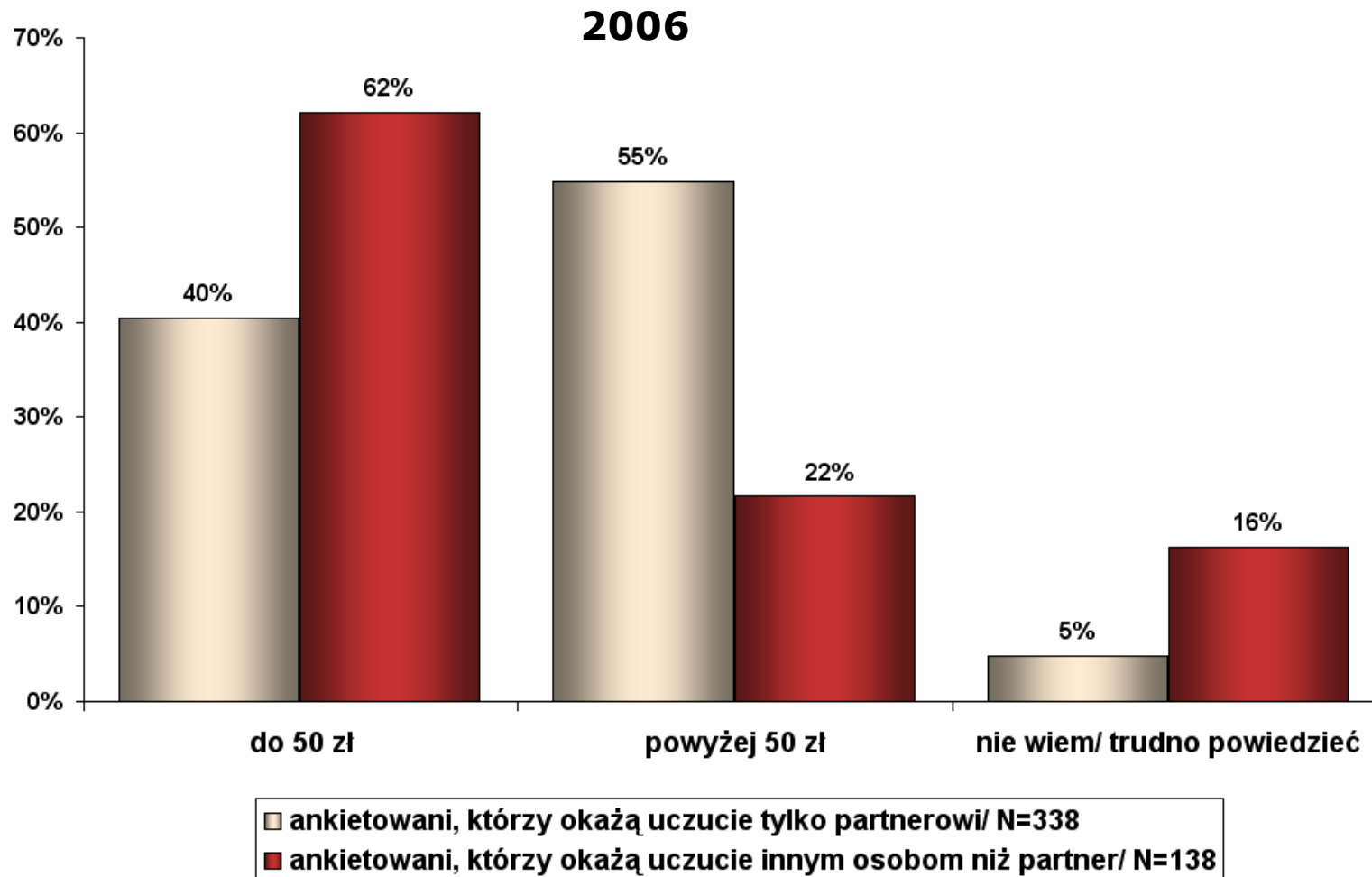
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że kupią na Walentynki prezent

22



Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Planowane wydatki na prezenty



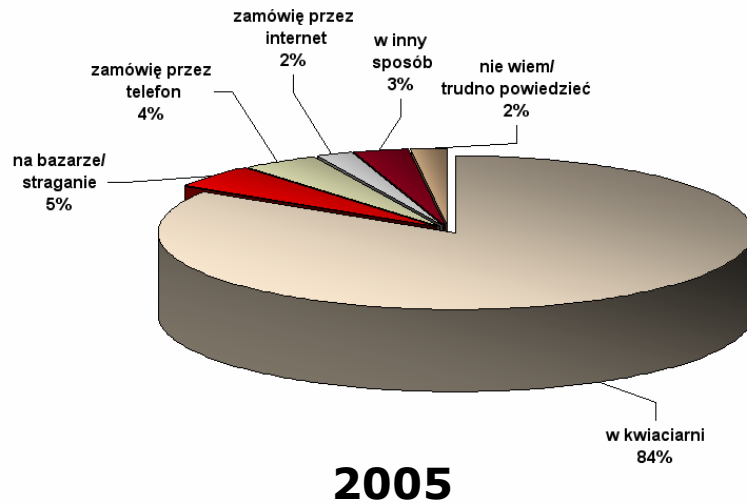
Na wykresie prezentujemy odpowiedzi respondentów deklarujących, że kupią na Walentynki prezent

23



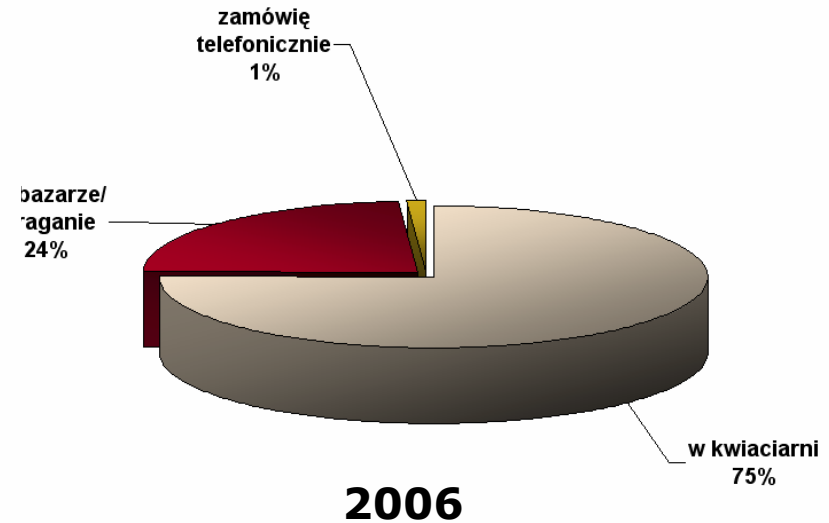
Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Gdzie kupisz kwiaty na Walentynki?



2005

N=100 (badani, którzy deklarowali, że kupią na Walentynki kwiaty)



2006

N=252 (badani, którzy deklarowali, że kupią na Walentynki kwiaty)

24



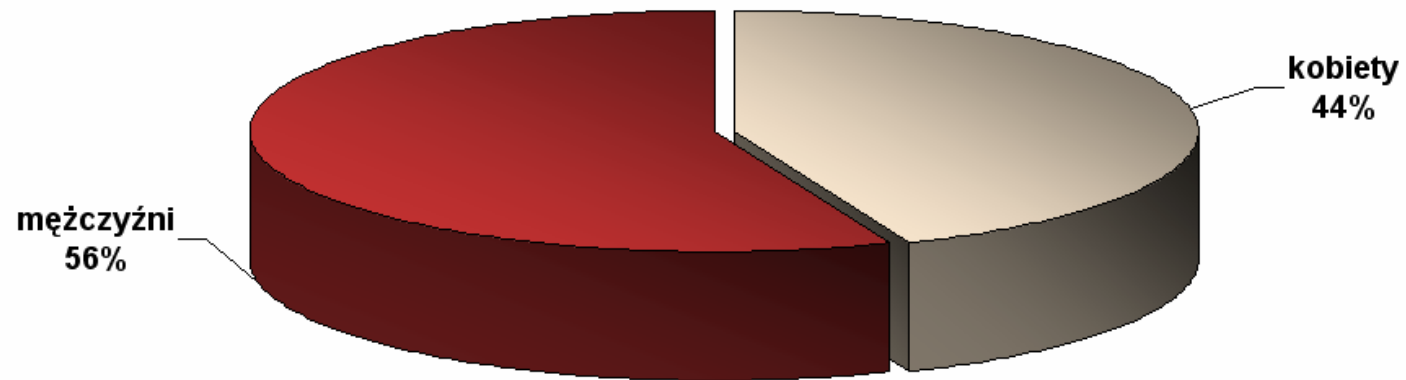
Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006



Profil społeczno-demograficzny



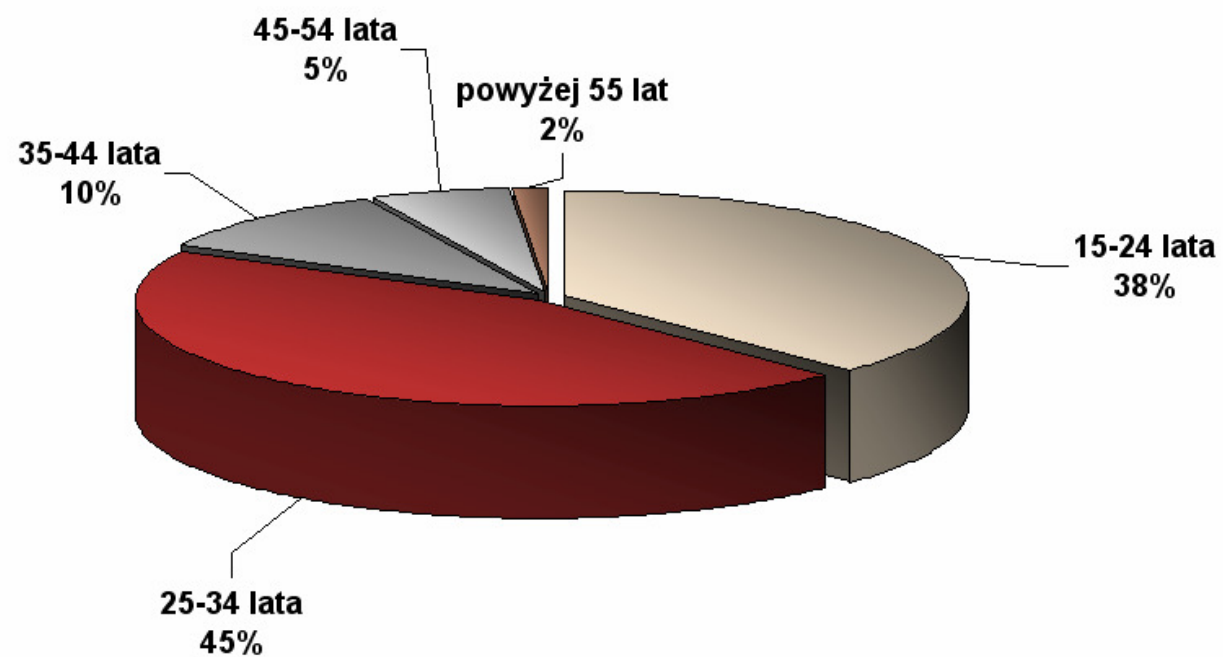
Płeć



N=1959 (wszyscy badani)



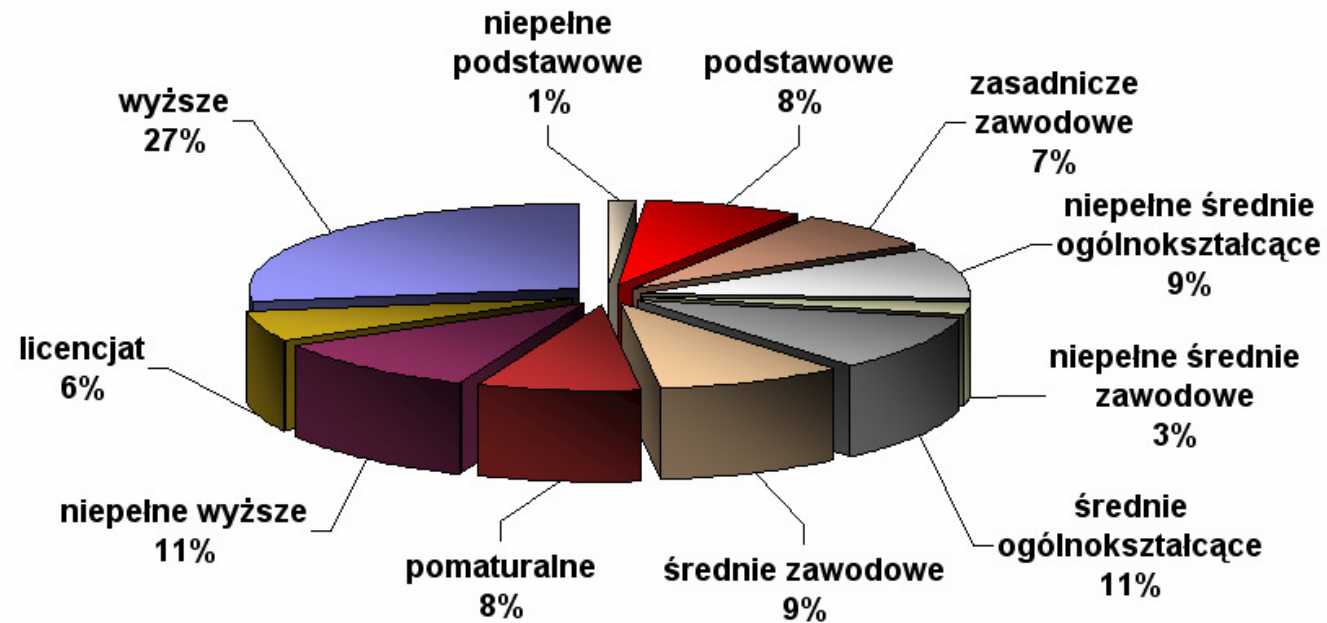
Wiek

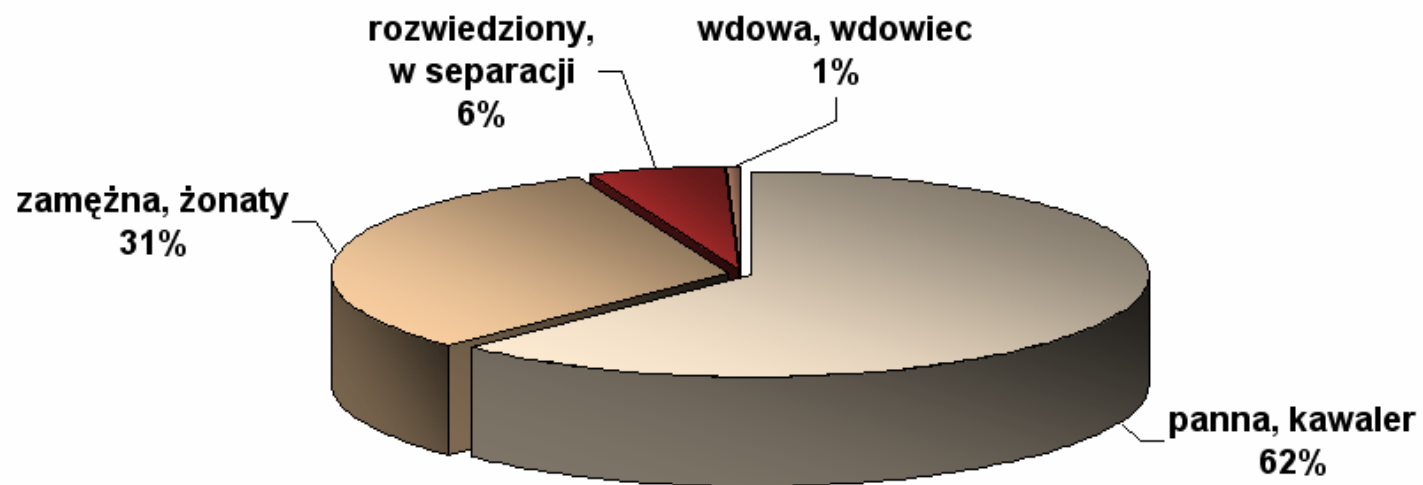


N=1959 (wszyscy badani)



Wykształcenie

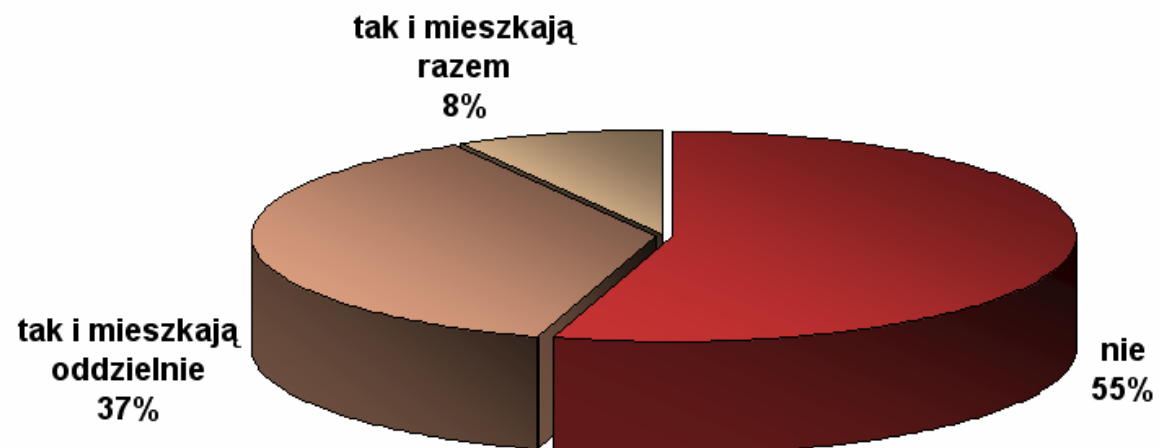




N=1334 (badani, którzy nie pozostają w związku małżeńskim)



Posiadanie partnera



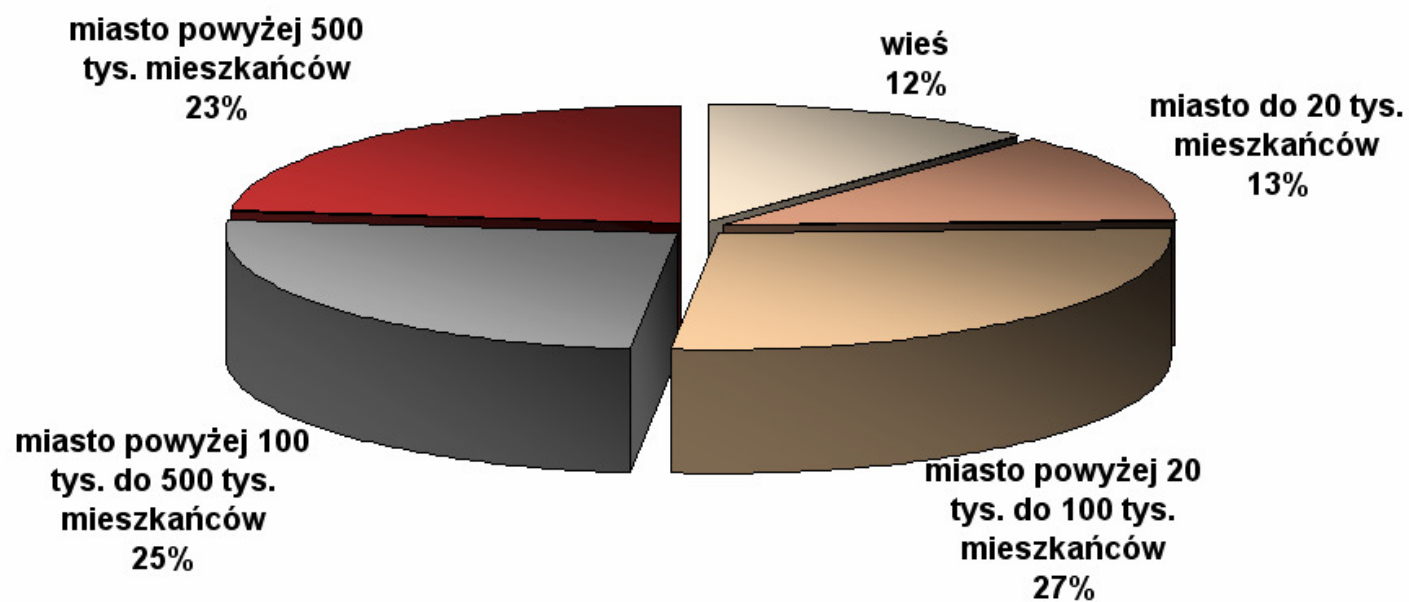
N=1959 (wszyscy badani)

30



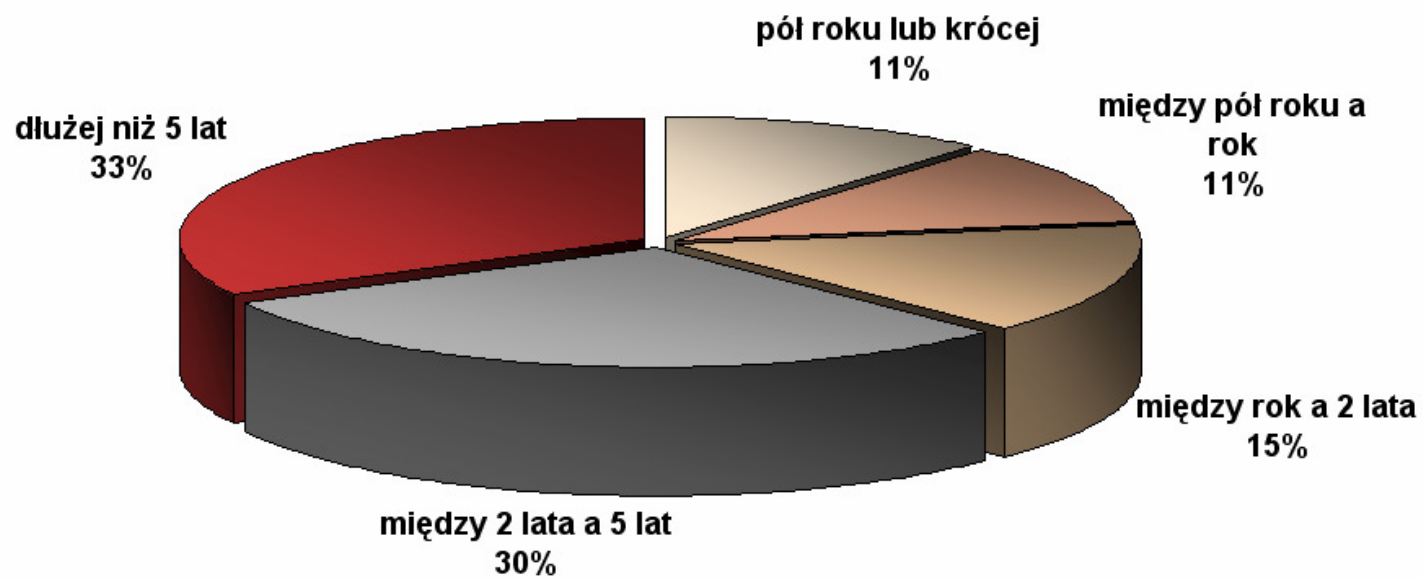
Źródło: gemiusAdHoc, 2.02– 6.02.2006

Wielkość miejscowości



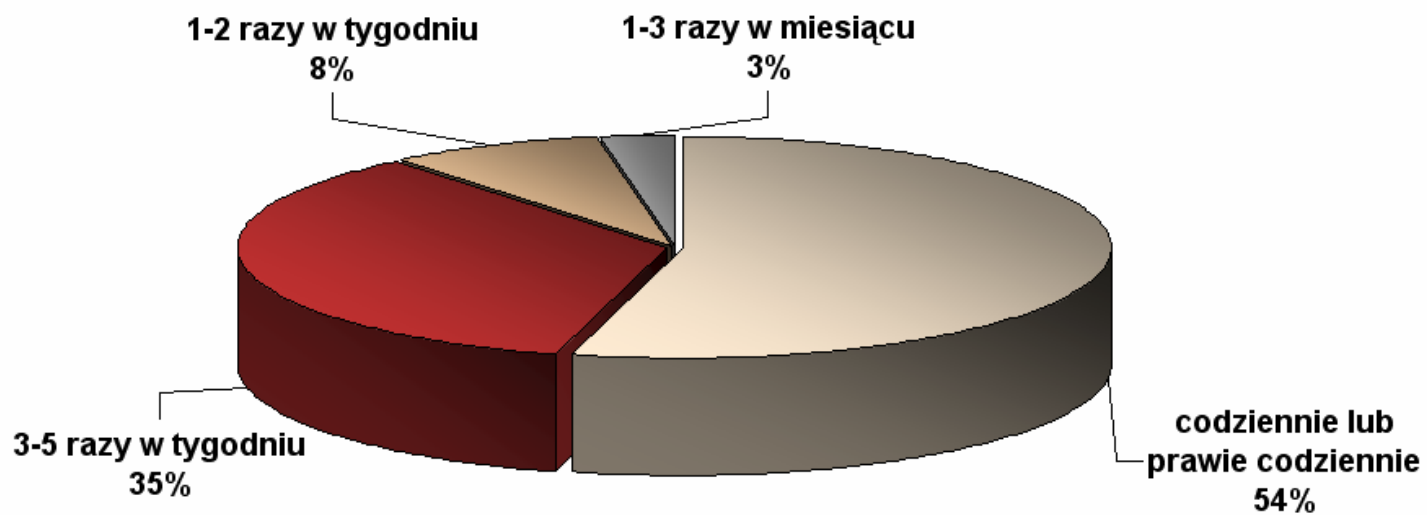
N=1959 (wszyscy badani)





N=1959 (wszyscy badani)





N=1959 (wszyscy badani)

