

allegro



Od serca
czy?
z głowy?

Jak Polacy
obdarowują się na święta

Spis treści

Na wstępie	3
* O projekcie	4
* Najważniejsze wyniki	5
Obdarowywanie	7
* Czym jest obdarowywanie	8
Prezenty świąteczne	14
* Tradycja obdarowywania prezentami	15
* Prezenty świąteczne	16
* Kategorie prezentowe	29
* Wymarzone prezenty	35
Święta jak z bajki	43
Świąteczne zakupy	49
* Zwyczaj kupowania prezentów	50
* Kto kupuje prezenty	55
* Budżet prezentowy	58
* Komu kupujemy prezenty	67
* Proces zakupowy	73
Święta, święta	94
* Znaczenie świąt	95
* Nostalgicznie w święta	100
* Obchodzenie świąt	103
Biblioteczka fana świąt	117
Metodologia	121



Na
wstepie



O projekcie

Raport „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta” powstał z potrzeby serca. Wiele się obecnie mówi i wiele można przeczytać o tym, jakie prezenty, za ile, kiedy dokładnie i komu kupują Polacy. Według Allegro odzwierciedla to dość ograniczone rozumienie słowa obdarowywanie, które przecież według słownika języka polskiego oznacza nie tylko dać lub ofiarować coś komuś, ale także okazać pozytywne uczucia. Kierowani tą wiedzą i przeczuciem, że dla Polaków obdarowywanie, szczególnie przy okazji świąt Bożego Narodzenia, oznacza coś więcej niż wyłącznie „shopping”, postanowiliśmy to zbadać. Zapytaliśmy o opinie 1667 Polaków, kobiety i mężczyzn, w różnym wieku i mieszkających w różnych miejscach Polski. Wyniki potwierdziły nasze przypuszczenia. Polacy znacznie szerzej niż powszechnie się uważa rozumieją znaczenie słowa obdarowywać, najczęściej wiążąc je z życzliwością, dobrymi uczynkami, czy pomocą potrzebującym. To bardzo pozytywna, wręcz budująca informacja. Podobnie jak wiele innych, zawartych w raporcie, który właśnie mają Państwo przed oczyma. Poznajcie Polaków, dla których święta Bożego Narodzenia to najważniejsze święto rodzinne i okazja do spotkań i rozmów z bliskimi, Polaków, którzy kupują prezenty z radością, aby sprawić również radość i pokazać, że im zależy na bliskich osobach, nostalgicznie patrzących na minione święta w poszukiwaniu tych, którzy odeszli, a także śniegu i mrozu. Poznajcie ludzi, którzy w najwyższą starannością, zaangażowaniem i poświęceniem niemałych środków wybierają prezenty swoim bliskim, często pieczołowicie dobierając upominek do obdarowywanej osoby, analizując jej zachowania i potrzeby, a nierzadko stresując się tym, czy prezent się spodoba. Zobaczcie Polaków, którzy są nowocześni, kupują coraz częściej w Internecie, a nawet mobilnie, ale w dalszym ciągu doceniają świąteczną atmosferę zakupów.

My ich już polubiliśmy. Mamy nadzieję, że i Państwo będą nimi zafascynowani.

Zapraszamy do lektury,

Zespół Allegro



Najważniejsze wyniki

Z sercem na dłoni

Obdarowywanie wywołuje wiele skojarzeń. Najczęściej obdarowywanie kojarzymy z życzliwością i dobrymi uczynkami, a także z dzieleniem się radością i okazywaniem sobie uczuć. Obdarowywanie się prezentami również znalazło się w czołówce, zajmując zasłużone trzecie miejsce na podium. Wygląda na to, że nie tylko Polki tak emocjonalnie podchodzą do obdarowywania się podczas świąt. Z życzliwością częściej kojarzą obdarowywanie panowie, a także z pomocą w przygotowaniach świątecznych. Miejmy zatem nadzieję, że obok cudownych prezentów, także dużo tej deklarowanej przez nas życzliwości zagości w polskich domach w tym roku.

Prezenty & more

W czasie kiedy tak powszechne jest przeświadczenie, że Boże Narodzenie dynamicznie się komercjalizuje, Polacy deklarują, że ich ulubione tradycje i zwyczaje świąteczne mają jednak dużo wspólnego ze wspólnym spędzaniem czasu i bliskością. Najwyżej cenione to ubieranie choinki (34%), spożywanie tradycyjnych potraw (29%) i spotkania z bliskimi i znajomymi (29%). Obdarowywanie się prezentami oczywiście także znalazło się wśród ulubionych zwyczajów. Zdobyło 26% głosów i zajęło czwarte miejsce.

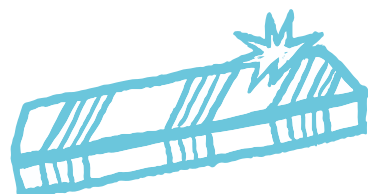


Kupić prezent, jak to łatwo powiedzieć...

Większość z nas nastawia się, że otrzyma w tym roku znowu skarpetki, kosmetyki i słodycze i najpewniej tak będzie, aczkolwiek, jak się okazuje, kupujący te prezenty deklarują, że najczęściej inspirować się podczas zakupów wiedzą i obserwacją zachowań osoby obdarowywanej (37%). To jest dla nas wskazówka podstawowa. Twierdzimy też, że prezenty, jakie kupujemy są zawsze przemyślane i w większości przypadków nie kupujemy nic, dopóki nie mamy przeświadczenia, że dana rzecz idealnie pasuje do obdarowywanej osoby. Jeśli jednak przyjrzeć się bliżej, przynajmniej kobieca strona może znaleźć jakieś wyjaśnienie otrzymywanych nietrafionych prezentów, mężczyźni bowiem znacznie rzadziej kierują się tą wiedzą (9 p.p. różnicy względem kobiet). Zamiast tego, częściej podpytują (25%) i podpatrują (23%) co kupują znajomi oraz sprawdzają jakie są trendy w Internecie (26%). Tylko 17% kobiet i 19% mężczyzn pyta wprost, co dana osoba chciałaby dostać. Może czasem warto, choć prezent-niespodzianka znajduje się bardzo wysoko na liście naszych preferencji prezentowych.

Babcia święta lubi najmniej

Najmniejszymi fanami świąt są osoby w grupie wiekowej 55+. Najrzadziej święta obchodzą (51%), a jak już obchodzą, to wskazują najmniej zwyczajów świątecznych, które lubią. Są też najmniejszymi zwolennikami drogich prezentów. Wolą symboliczne i przygotowywane samodzielnie. Jednakże, gdy już kupują, to być może nie najdroższe, ale największej grupie osób.





Panowie w stresie świątecznym

Mężczyźni nieco wcześniej niż kobiety zaczynają kupować prezenty, ale kończą też później. Analizują więcej czynników, kupując zarówno dorosłym, jak i dzieciom. Częściej posiłkują się zewnętrznymi źródłami inspiracji. Kupują droższe prezenty. Częściej deklarują, że wydadzą w tym roku znacznie więcej. I to wszystko na nic. I tak niestety bardziej się kupowaniem stresują. A to wszystko dlatego, że nie lubią zakupów (29%), twierdzą, że nie mają na nie czasu (24%) i nie lubią pakować prezentów (21%). Może jednak Mikołaj był kobietą ;)

Poza budżetem

Polacy nie są najbogatszym narodem w Europie. Sami też często narzekają na słabe zarobki i niewystarczające finanse. Tymczasem, jak się okazuje, dedykowany budżet na święta ma nieco ponad 40% z nas. Tylko tyle zaplanowało swoje prezentowe wydatki, a nie będą one małe, bo średnio wydamy na prezenty prawie 600 zł. Najwyraźniej zrobimy to dość spontanicznie. Nie przewidujemy też, niezależnie od koniunktury, zmniejszenia wydatków prezentowych, a raczej prognozujemy ich niewielki wzrost. No cóż, przecież święta są raz w roku!

Gender pod choinką

Jeśli ktoś jest zdania, że kobiety najbardziej na prezent lubią otrzymywać perfumy, kosmetyki i biżuterię, radzimy przeczytać ten raport od deski do deski. Otóż panie preferują, podobnie jak panowie, pieniądze, elektronikę, książki i e-booki, a smartfony i tablety nawet chętniej zagarną spod choinki niż partner, czy syn. Na liście damskich top prezentów gry znajdują się obecnie nad dodatkami, np. paskiem czy rękawiczkami, a także produktami AGD, które zresztą wyżej zobaczymy w tym roku na liście męskiej. Takie czasy. Z drugiej strony, może to przyczyni się do większego zrozumienia prezentowego w obu obozach.



Emocje zawsze w cenie

Emocje mają dla nas znaczenie nie tylko gdy z zapartym tchem rozpakowujemy prezent, ale znacznie wcześniej. 66% Polaków zauważa i docenia atmosferę świąteczną podczas zakupów. 43% z nas odczuwa podczas zakupów radość, a 37% zadowolenie. Nasze oczekiwania co do prezentów są także związane z emocjami. Najbardziej lubimy otrzymywać prezenty, które są zakupione z myślą o nas – przemyślane (32%), niespodziewane (29%) i unikalne (26%). Piękne opakowanie liczy się już nie tylko dla kobiet (19%), ale i mężczyzn (16%). Wśród prezentów, jakich mniej dostajemy niż byśmy chcieli, wskazujemy często kupony, vouchery i bilety (9%) czyli w zasadzie wrażenia. Może w obliczu nasycenia prezentami materialnymi, to będzie ważny trend.

Wyklikane prezenty

W 2015 biegamy za prezentami... w Internecie. 62% Polaków zwykle właśnie tu kupuje prezenty. 8% z e-kupujących nie przejdzie już nawet przez myśl, żeby pofatygować się po zakupy poza swój salon. Oni wszystkie prezenty kupują już w sieci.



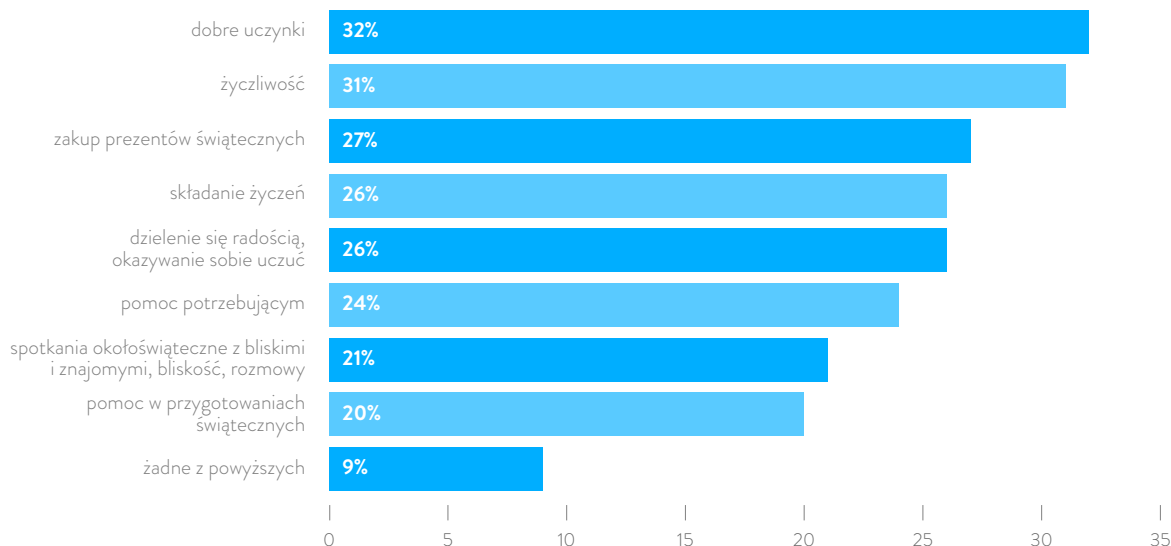
Obdarowywanie



Czym jest obdarowywanie

Obdarować oznacza według słownika języka polskiego PWN* dać coś komuś lub ofiarować, ale także okazać pozytywne uczucia. Synonimy słowa obdarować to między innymi darować, dedykować, hojnie obdzielić, obdarzyć, wręczyć, użyzczyć, podarować, sprezentować, złożyć w darze i zrobić prezent. Wydaje się, że w związku z tradycją przekazywania sobie prezentów, w okresie przedświątecznym i podczas świąt Bożego Narodzenia najczęściej to słowo będzie się kojarzyć Polakom głównie z kupowaniem i przekazywaniem prezentów, okazuje się jednak, że nie jest to nasze jedyne, a nawet najpopularniejsze skojarzenie. Polacy znacznie szerzej rozumieją **obdarowywanie** się na święta. **Obdarowywanie** przede wszystkim kojarzy się Polakom z dobrymi uczynkami i życzliwością - tego zdania jest odpowiednio 32% i 31% badanych. Niewiele mniej popularne okazało się też dzielenie się radością i okazywanie sobie uczuć osiągając 26% wskazań, składanie sobie życzeń (także 26%) i pomoc potrzebującym (24%). Zakup prezentów świątecznych utożsamia z **obdarowywaniem** 27% Polaków. Średnio **obdarowywanie** ma dla Polaków dwa znaczenia, tyle udzielili odpowiedzi na pytanie o znaczenie tego pojęcia.

Wykres 1: Obdarowywanie to dla mnie..., N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



* źródło: <http://sjp.pwn.pl/szukaj/obdarować.html>



Czym jest obdarowywanie

Obdarowywanie to dla Polaków nie tylko dawanie prezentów. Deklarujemy, że obdarowywanie się to przede wszystkim życzliwość i dobre uczynki. Mężczyźni mówią tak nawet częściej niż kobiety.



Ewa Kaczorkiewicz
Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię
indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

Powodzi nam się obecnie znacznie lepiej niż w przeszłości, dobra materialne są też bardziej dostępne niż kiedyś – nie musimy już na ogół na nie „polować” ani stać w kolejkach. Być może z powodu tej właśnie dostępności dóbr materialnych dostrzegliśmy, że inne dobra mogą być od nich cenniejsze – podarowany komuś czas, życzliwość, uśmiech, przebaczenie.



Dorota Minta
Psycholog, doradca
rozwoju osobistego
www.dorotaminta.pl

”

To się wiąże według mnie z tą tęsknotą za byciem razem, daniem uczucia i bliskości po to, aby otrzymać je z powrotem. Dajemy licząc na regułę wzajemności, licząc, że też dostaniemy od innych to ciepło, życzliwość i bliskość. Gdzieś tam w głębi tęsknimy za tym. Zagubiliśmy w ostatnich 20-leciu tę wspólnotę na poziomie rodziny. Rodziny się zmieniły i próbujemy jakoś wyjść z tej sytuacji. Powrotu do przeszłości przecież nie ma, jeżeli już to tylko w filmie. Usiłujemy więc te potrzeby, które są w nas głęboko kulturowo zakorzenione, zacząć zaspokajać w trochę inny sposób. W czasie świąt przypominamy sobie, że rodzina i bliskość to jest coś, co jest naszym deficytem. I nagle okazuje się, że to jednak fajnie jak spotkamy się w szerszym gronie i pobędziemy razem.



Katarzyna Kuciewicz
Psycholog, psychoterapeuta
www.kuciewiczpiotrowicz.pl

”

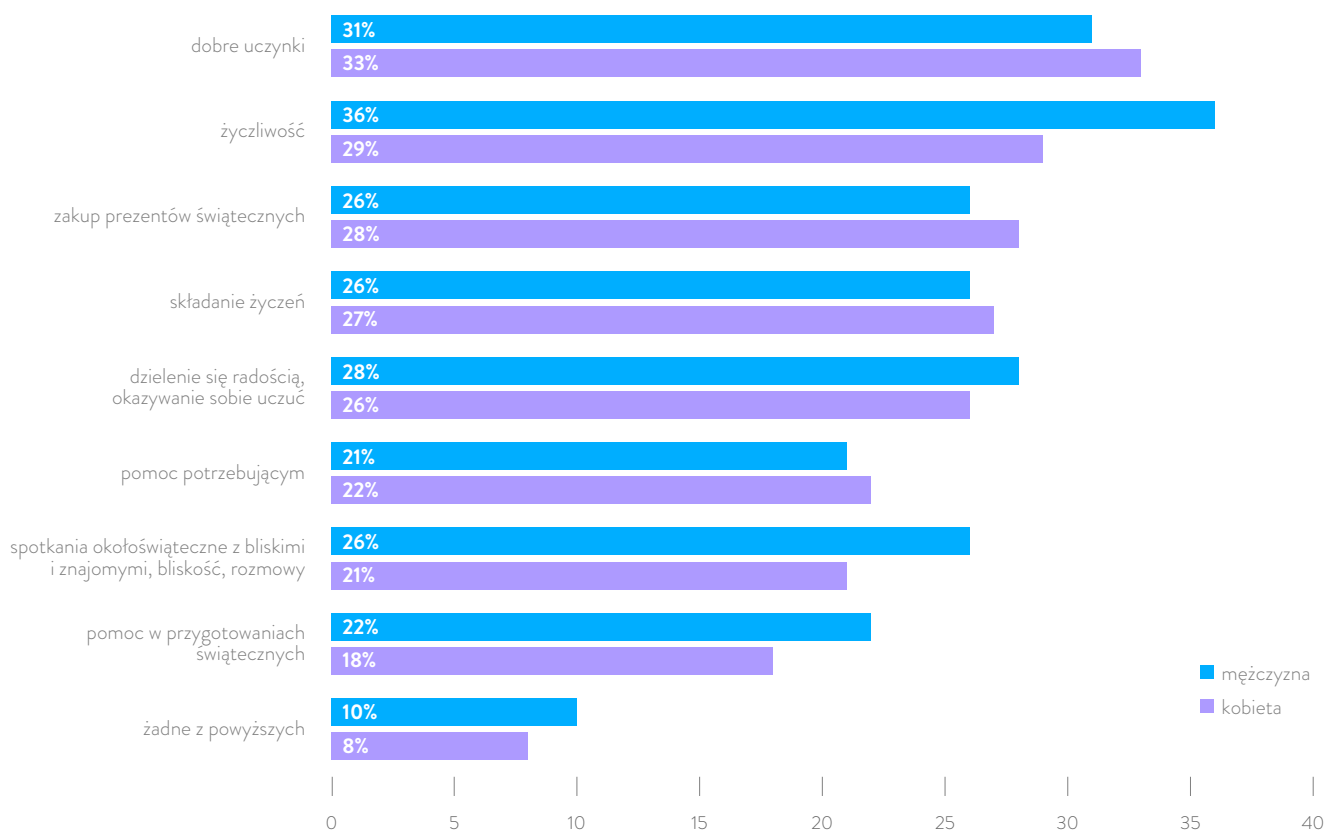
Odwołam się do ewolucji, mówiąc że przecież to mężczyzna jest tym, który przynosi zdobycz z polowania. To jest niejako wytłumaczenie czemu tak jest, że dla kobiet ważne jest bycie obdarowywanymi, bo kojarzy im się to instynktownie z tym, że są dla kogoś ważne i daje to poczucie bezpieczeństwa i stabilności. A mężczyźni z kolei, widząc radość w oczach ukochanych czują się dowartościowani i męscy, to też jest instynktowne. Tylko proszę nie wysnuć wniosku, że my kobiety jesteśmy materialistkami, a mężczyźni nie lubią prezentów. Bo nie o to tu chodzi. Raczej chodzi o pewną zasadę, że generalnie to co podkreśla naszą kobiecość to bycie obdarowywanymi, a to co męskość – obdarowywanie. Jak to się ma do pytania? Myślę, że dla kobiet wartości materialne są związane z niematerialnymi. Jeśli kobieta dostaje bardzo kosztowny bursztyn, a bursztynów nie znosi i jej partner o tym wie, ale kupuje bo jemu się podoba, to dla niej jest to sygnał (czasem słuszny, czasem nie), że nie zwraca uwagi na jej potrzeby, że może nie jest dla niego taka ważna, skoro jej nie słucha? Mężczyźni nie przywiązują takiej wagi do znaczenia prezentów, podchodzą bardziej pragmatycznie. Z reguły, oczywiście czasem jest odwrotnie.



Czym jest obdarowywanie

Polki i Polacy bardzo podobnie rozumieją znaczenie słowa obdarowywać, choć są drobne różnice. Kobiety wskazują średnio 2, a mężczyźni nawet nieco więcej, bo 2,2 znaczenia tego pojęcia. Mężczyźni częściej **obdarowywanie** kojarzą z życzliwością (+7 p.p. przewagi), pomocą potrzebującym i pomocą w przygotowaniach świątecznych (w obu przypadkach +5 p.p. przewagi). Kupowanie prezentów wskazali jako znaczenie słowa **obdarowywanie** na trzecim miejscu. W przypadku kobiet z kolei, kupowanie prezentów znalazło się nawet poza podium, na czwartym miejscu za dobrymi uczynkami, życzliwością oraz dzieleniem się radością i okazywaniem sobie uczuć.

Wykres 2: Obdarowywanie to dla mnie...(wg płci), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

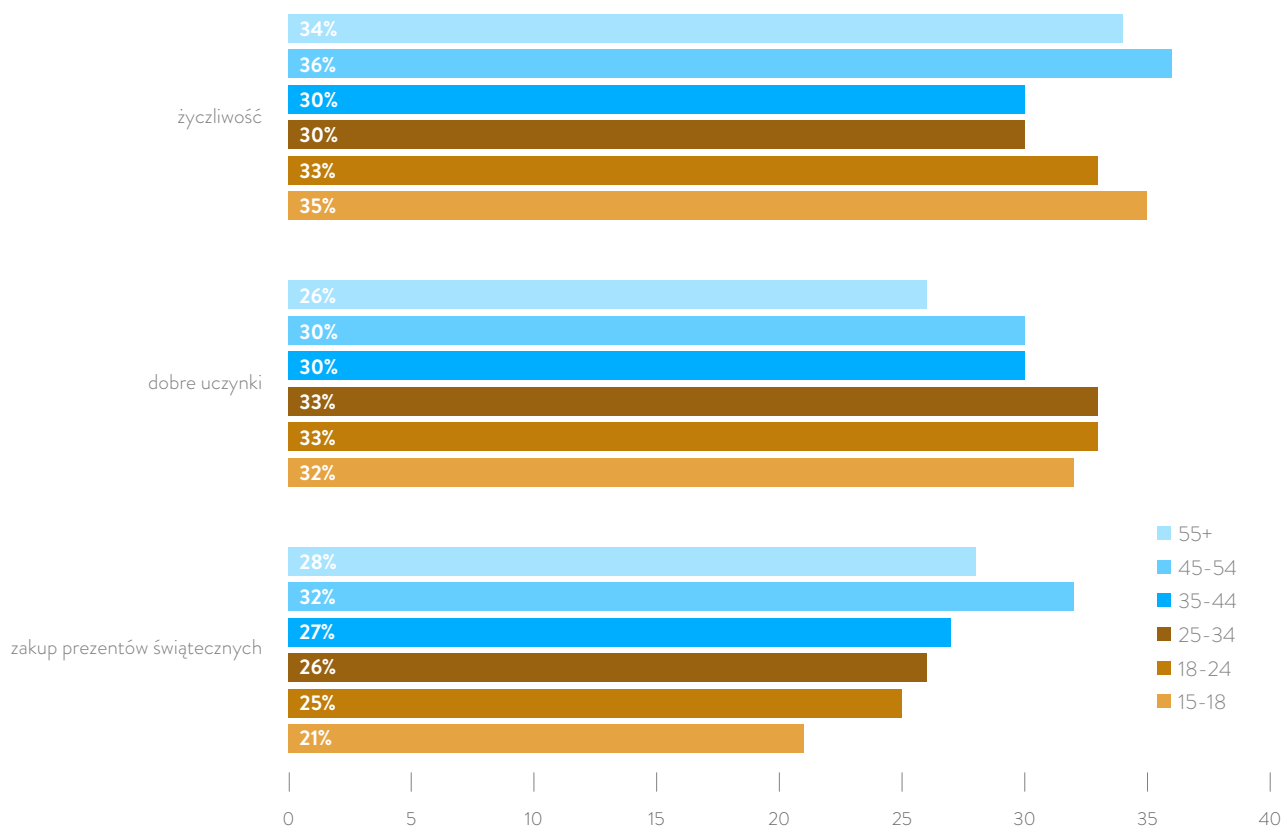




Czym jest obdarowywanie

Najwięcej różnych skojarzeń z **obdarowywaniem** mają osoby w wieku 35-44 lata, a najmniej osoby najmłodsze (15-18 lat) i najstarsze (55+). Życzliwość i dobre uczynki znalazły się wśród trzech najpopularniejszych wskazań w każdej grupie wiekowej. Kupowanie prezentów jako **obdarowywanie** dostało się do pierwszej trójki w trzech grupach wiekowych 25-34 lata, 45-54 lata i 55+. Najmłodszy na trzecim miejscu wskazali składanie życzeń, a prezenty znalazły się w tej grupie dopiero na siódmym miejscu ustępując dzieleniu się radością, pomocy potrzebującym i pomocy w przygotowaniach świątecznych.

Wykres 3: Obdarowywanie to dla mnie... (Top 3 wskazania, wg wieku), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

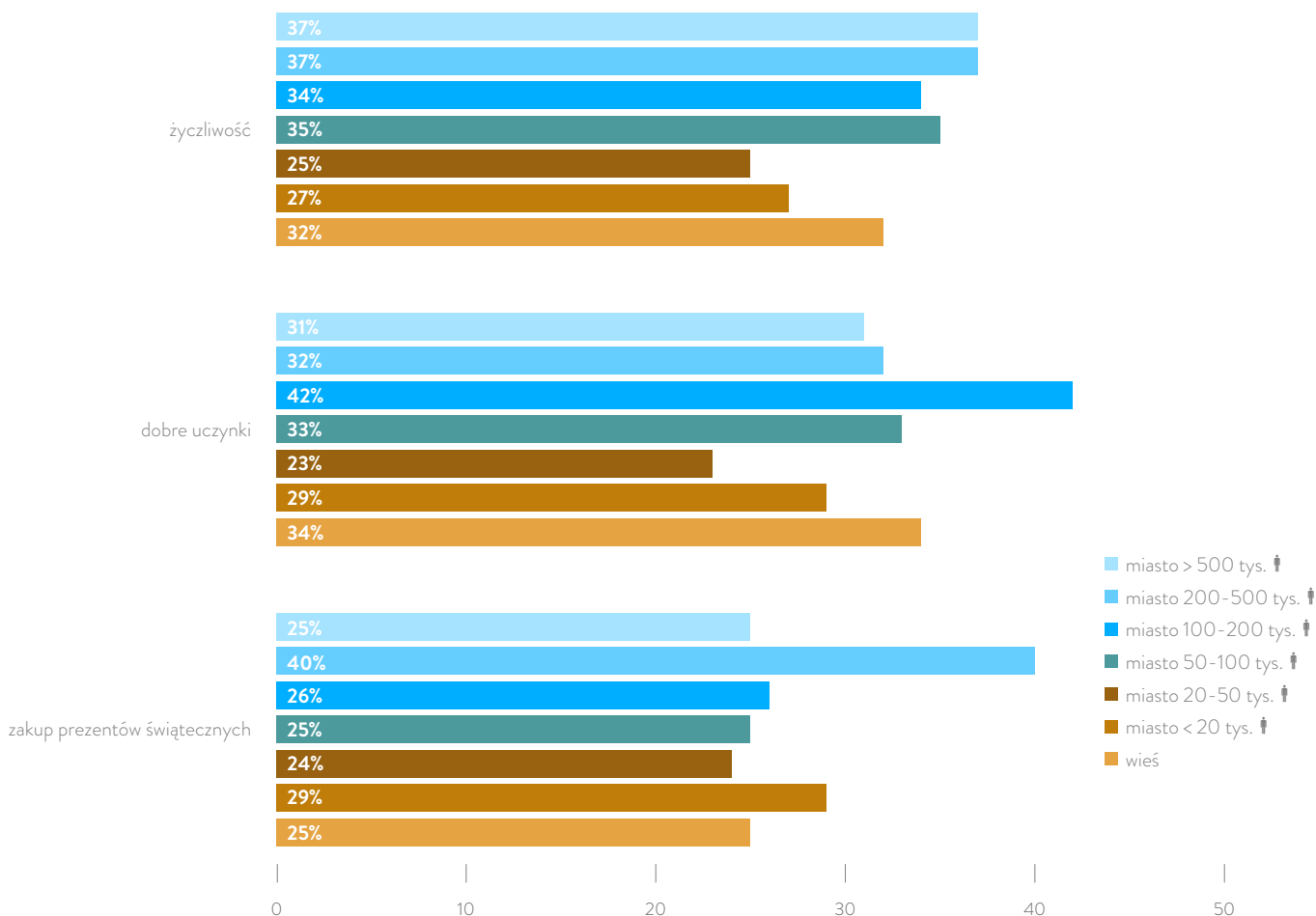




Czym jest obdarowywanie

Najszerzej **obdarowywanie** rozumieją mieszkańcy średnich miast, między 100 tys. a 500 tys. mieszkańców. Oni wskazują średnio 2,3 znaczenia tego pojęcia. Niezależnie od wielkości miejsca zamieszkania, najpopularniejszym skojarzeniem ze słowem **obdarowywanie** jest wciąż życzliwość. Większość grup wskazuje też na dobre uczynki i zakup prezentów świątecznych. Prezenty przeważnie zajmują trzecie miejsce na podium niezależnie od wielkości miejsca zamieszkania.

Wykres 4: Obdarowywanie to dla mnie... (Top 3 wskazania), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

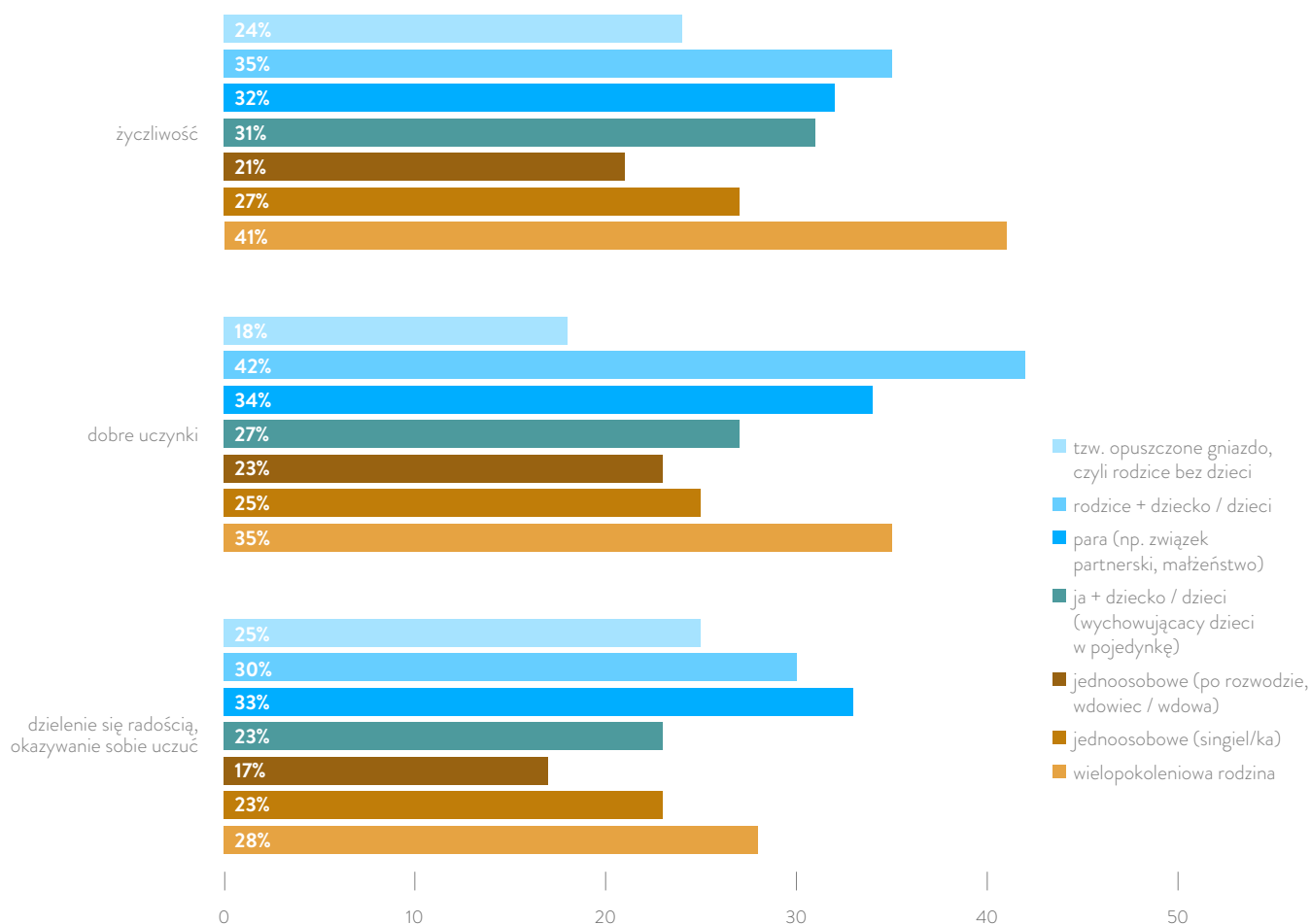




Czym jest obdarowywanie

Bardzo szeroko **obdarowywanie** rozumieją również osoby, które określiły swój status rodzinny jako „wielopokoleniowa rodzina”, podobnie pary z dziećmi i bez. Te trzy grupy statystycznie mają znacznie więcej skojarzeń ze słowem **obdarowywanie** niż pozostali, w szczególności osoby z tzw. opuszczonego gniazda i osoby określające się jako singiel. Niezależnie jednak od statusu rodzinnego, największą popularność jako definicja **obdarowywania** otrzymują pomoc potrzebującym i dobre uczynki. Wysoko, bo na trzecim miejscu, znalazło się również składanie życzeń i dzielenie się radością. Obdarowywanie prezentami zajmuje przeważnie miejsce czwarte wśród skojarzeń Polaków o różnym statusie gospodarstwa domowego.

Wykres 5: Obdarowywanie to dla mnie... (Top 3 wskazania, wg statusu gospodarstwa domowego), N=1583, wszyscy badani, którzy chcieli określić status, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Prezenty
świąteczne





Tradycja obdarowywania prezentami

Długa tradycja obdarowywania prezentami

Prezenty świąteczne są, jak widać, w obecnych czasach nieodłączną częścią świąt Bożego Narodzenia, a zwyczaj ich wręczania jest żywy w wielu krajach i, co więcej, wśród wyznawców różnych religii. Mimo, że wzajemne obdarowywanie się prezentami to najmłodsza z tradycji bożonarodzeniowych kultywowanych w Polsce, obecnie w zasadzie nie sposób sobie wyobrazić świąt bez niej. Nie zawsze jednak tak było. Jak wskazują źródła, na świecie zwyczaj obdarowywania się prezentami bierze swój początek jeszcze z rzymskich Saturnaliów – świąta ku czci Słońca. W ramach świętowania, od połowy grudnia aż do stycznia w czasie Saturnaliów Rzymianie odwiedzali się, obdarowywali prezentami, bawili, no i nie pracowali. Mimo, że obchodzenia Saturnaliów w chrześcijańskim Cesarstwie Rzymskim zakazano, dalej duża część społeczeństwa obchodziła je potajemnie.

Z czasem praktykę wzajemnego obdarowywania się prezentami zaczęto wiązać z życiorysem autentycznej, legendarnej postaci – św. Mikołaja, biskupa Miry w Licji (dzisiejsza Turcja). Urodził się około 270 roku w Patarze w Licji, jako jedyne dziecko zamożnych rodziców, podobno uproszone gorącymi modlitwami. Mikołaj (obecnie święty katolicki i prawosławny) okazał się osobą niezwykle wrażliwą na potrzeby otoczenia i po śmierci rodziców, swoim znacznym majątkiem chętnie dzielił się z potrzebującymi. Legendy i źródła historyczne mówią, że rozdał biednym wszystko co posiadał.

Zwyczaj obdarowywania się prezentami na święta pojawił się po raz pierwszy w średniowieczu.

Zapoczątkowało go udzielanie stypendiów i zapomóg przez szkoły mające za patrona właśnie św. Mikołaja. Dzisiejszą tradycję wręczania świątecznych подарunków zawdzięczamy też po części Marcinowi Lutrowi, który w 1535 roku domagał się, aby protestanci zaniechali zwyczaju „św. Mikołaja”, a prezenty dawali swoim dzieciom, jako dar samego Dzieciątka Jezus. Z czasem ten moment przez Kościół został nazwany Gwiazdką, ponieważ podczas świąt prezenty zaczęto wręczać dopiero, gdy na niebie pojawiła się pierwsza gwiazda, którą utożsamiano z Gwiazdą Betlejemską.

Również w Polsce zwyczaj obdarowywania się prezentami podczas Wigilii ma dość długą tradycję, aczkolwiek, jak wspomnieliśmy, jest to najmłodsza z tradycji świątecznych. Jako pierwsze przyswoiły ją najbogatsze domy szlacheckie, gdzie Święty Mikołaj pojawiał się by rozdać prezenty. Towarzyszył mu anioł, a czasem i diabeł. Miał też różgę, którą straszył tych, którzy nie zasłużyli na nagrodę. To wtedy narodził się zwyczaj dawania drobnych подарunków dzieciom. Tradycja obdarowywania prezentami dzieci, jaką znamy dziś, pojawiła się w Polsce w XIX wieku. Na początku znana była wyłącznie w domach mieszczańskich i we dworach. Na wsi, w domach chłopskich dzieci jeszcze długo prezentów nie dostawały. Obecnie większość dzieci prezenty dostaje i, jak pokazujemy w dalszej części raportu, faktycznie rozdaje je głównie Święty Mikołaj.

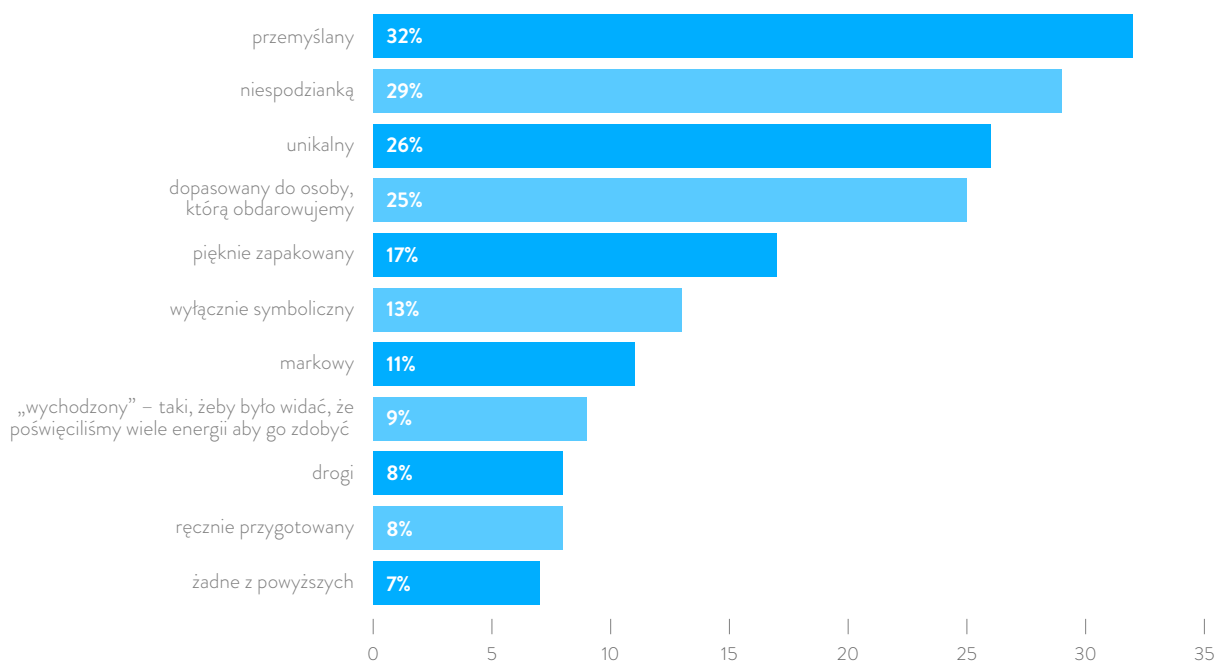




Z myślą o innych

Ponieważ obdarowywanie to również kupowanie, dawanie i otrzymywanie prezentów, przejdźmy od razu do rzeczy. Polacy mają dość sprecyzowane wymagania jeśli chodzi o udany, dobry prezent. Średnio wskazują na dwie cechy, jakie taki podarunek powinien mieć. Przede wszystkim musi być przemyślany, czyli zakupiony z myślą o obdarowywanej osobie (32% wskazań). Najwyraźniej lubimy być też zaskakiwani i rozpakowywać prezent z odrobiną niepewności, co znajduje się w środku. 29% Polaków jest bowiem zdania, że prezent powinien być także niespodzianką. Dodatkowo 26% z nas chce, aby był unikalny i dopasowany do nas. Wygląda zatem na to, że prezent to poważna sprawa i musi zostać zakupiony z należytą starannością. Prawie 20% Polaków zwraca też już uwagę na to, jak prezent jest zapakowany. To, czy jest markowy lub drogi, liczy się odpowiednio tylko dla 11% i 8% z nas. Symboliczny prezent wystarczyłby 13% Polaków.

Wykres 6: Dobry prezent wg mnie powinien być..., N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

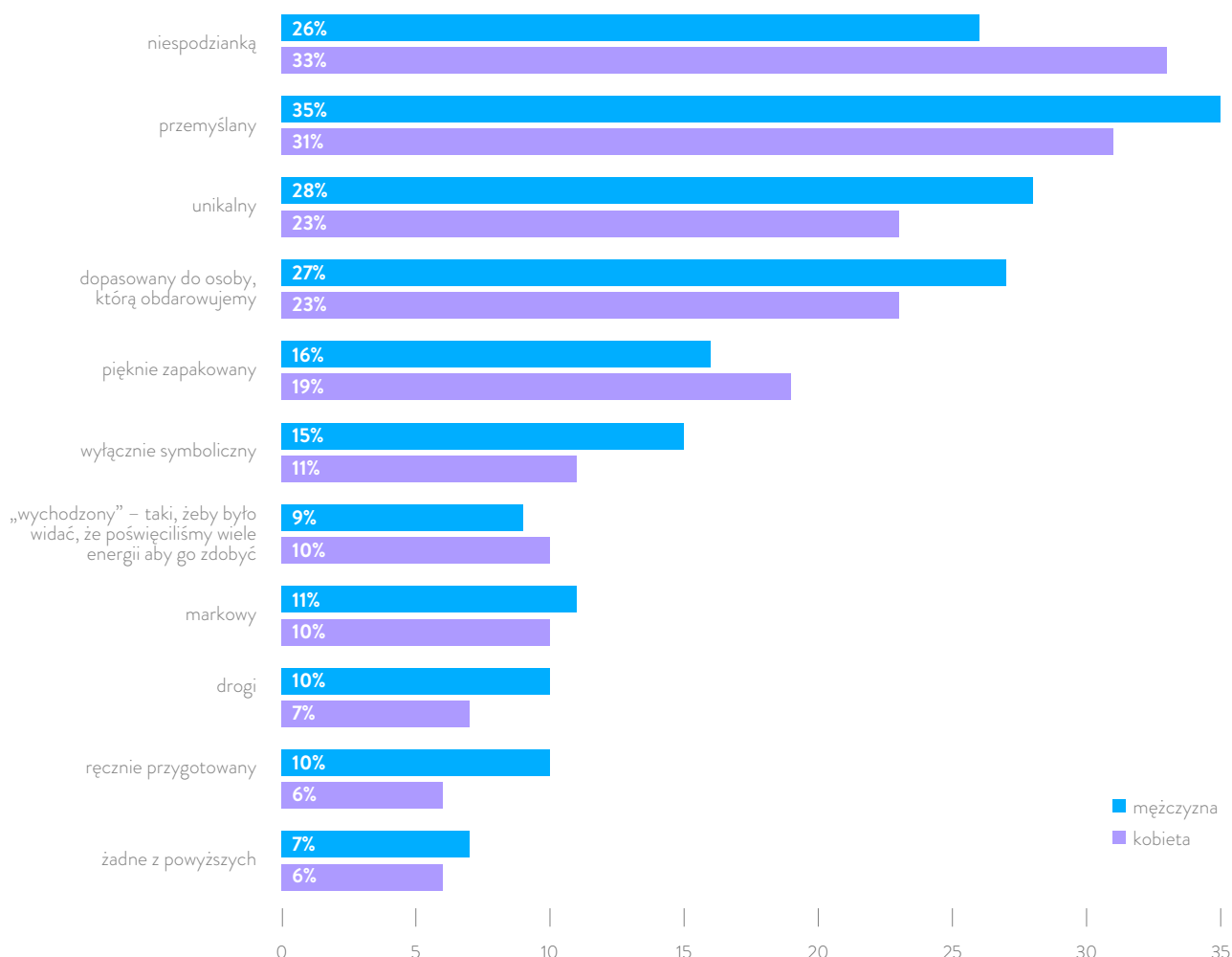




Niespodzianki dla kobiet, dopasowane prezenty dla mężczyzn

Kto lubi bardziej niespodzianki? Kobiety. Uzyskują w tej kategorii 6 p.p. przewagi nad mężczyznami. Kobiety też zwracają częściej uwagę na to, czy prezent jest pięknie zapakowany, ale tu należy również podkreślić, że ten element przemówi także do 16% mężczyzn. Mężczyźni generalnie najbardziej doceniają prezenty przemysłane (35%), unikalne (28%) i dopasowane do ich potrzeb (27%). Wygląda zatem na to, że aby zadowolić mężczyznę kupując mu odpowiedni prezent, należy jego samego i jego potrzeby dość dobrze znać.

Wykres 7: Dobry prezent wg mnie powinien być... (wg płci), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

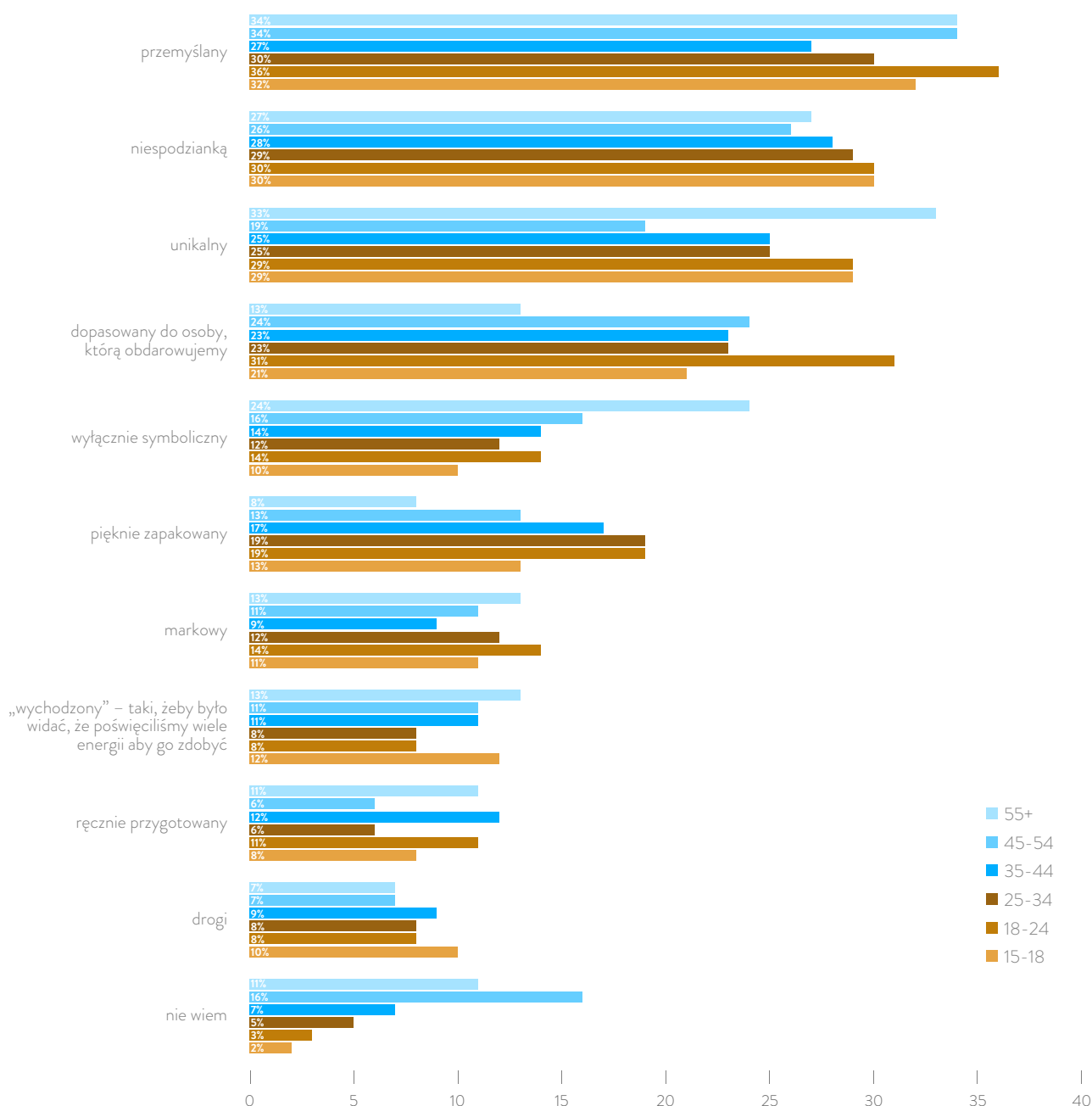




Różne pokolenia, różne preferencje

Przemysłane i dopasowane do potrzeb obdarowywanego prezenty najbardziej docenią osoby w wieku 18-24 lata. Wygoda na to, że ta grupa ma najbardziej sprecyzowane wymagania prezentowe. Im osoba młodsza, tym częściej też doceni niespodziankę. Unikalne prezenty lubią najbardziej osoby najstarsze. One też, być może trochę refleksyjnie, docenią gdy prezent jest „wychodzony” lub ręcznie wykonany. Im też najczęściej wystarczy drobny, symboliczny podarunek. Piękne opakowanie to atut dla dość młodych osób ale też nie najmłodszych, one do opakowania przywiązują małą wagę, podobnie jak osoby najstarsze. Najmniej tego, czego oczekują od prezentów, są świadome osoby w wieku 45-54 lata.

Wykres 8: Dobry prezent wg mnie powinien być... (wg wieku), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

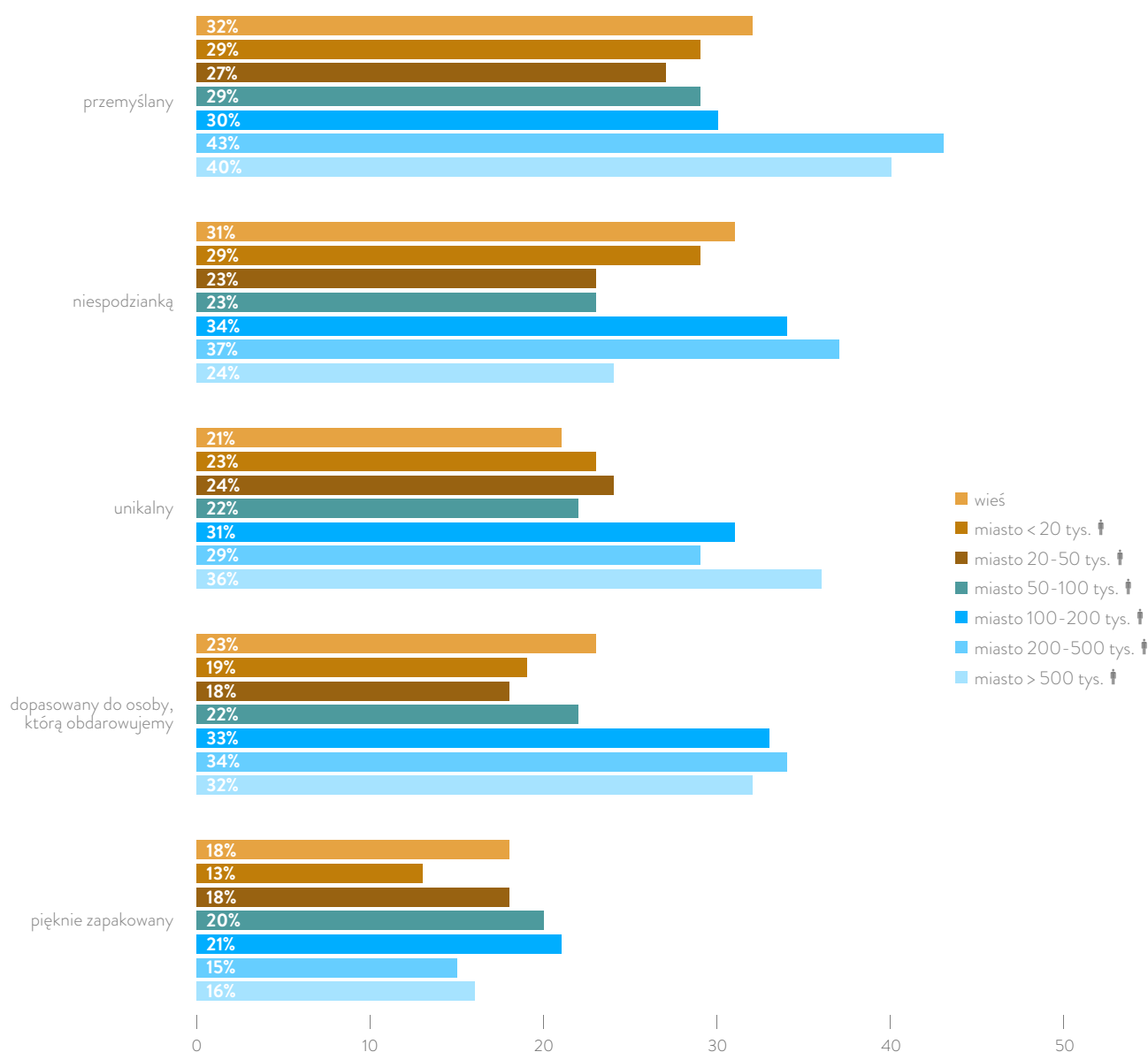




Duże miasto, duże wymagania

Najwięcej wymagań co do udanego prezentu mają mieszkańcy największych miast. Oni wskazują ponad dwa takie wymagania w porównaniu do 1,7 wskazywanych przez mieszkańców wsi i 1,6 podawanych przez mieszkańców małych miast. Mieszkańcy dużych miast znacznie częściej niż pozostali opowiadają się w zasadzie za każdą z najpopularniejszych cech pożądanego prezentu. Ma być przemyślany, niespodziewany, unikalny i dopasowany do potrzeb obdarowywanej osoby. Jedynie piękne opakowanie prezentu, co ciekawe, przemówi bardziej do mieszkańca wsi i średniego miasta. Wygląda na to, że mieszkańcy dużych miast to pragmatycy prezentowi.

Wykres 9: Dobry prezent wg mnie powinien być... (Top 5 wskazań, wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Udany prezent jest dla Polaków przede wszystkim przemyślany, unikalny i dostosowany do potrzeb obdarowywanego. Wygląda na to, że w prezent należy włożyć wiele wysiłku i serca, aby był udany...



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Więcej znaczenia zaczęliśmy przywiązywać do przekazu, jaki niesie za sobą świąteczny prezent. Prawdopodobnie stąd ogromna popularność kiermaszów świątecznych, których organizatorzy zachęcają nas do poszukiwania unikalnych, jedynych w swoim rodzaju prezentów. Taki prezent, mówiąc najprościej, oznacza miłość, którą darzymy obdarowywanego. Kiedy sobie to uświadomimy, otwiera się nieskończona przestrzeń do poszukiwania prezentów niematerialnych. Możemy podarować wspólnie spędzony czas, zaplanowany odpoczynek, pomoc...

Danuta Witczak

mgr filologii polskiej
nauczyciel z trzydziestoletnim
stażem pracy

”

Oczywiście, że udany prezent to tylko taki, który świadczy o tym, iż obdarowujący zastanowił się nad tym, co będzie czuł obdarowywany, kiedy go otrzyma. Trzeba być trochę psychologiem, aby prezent był z serca i dla serca.



Maia Sobczak

Psycholog, dietoterapeutka,
pracuje w oparciu najstarsze
medycyny świata,
założycielka [QmamKasze](https://QmamKasze.pl)

”

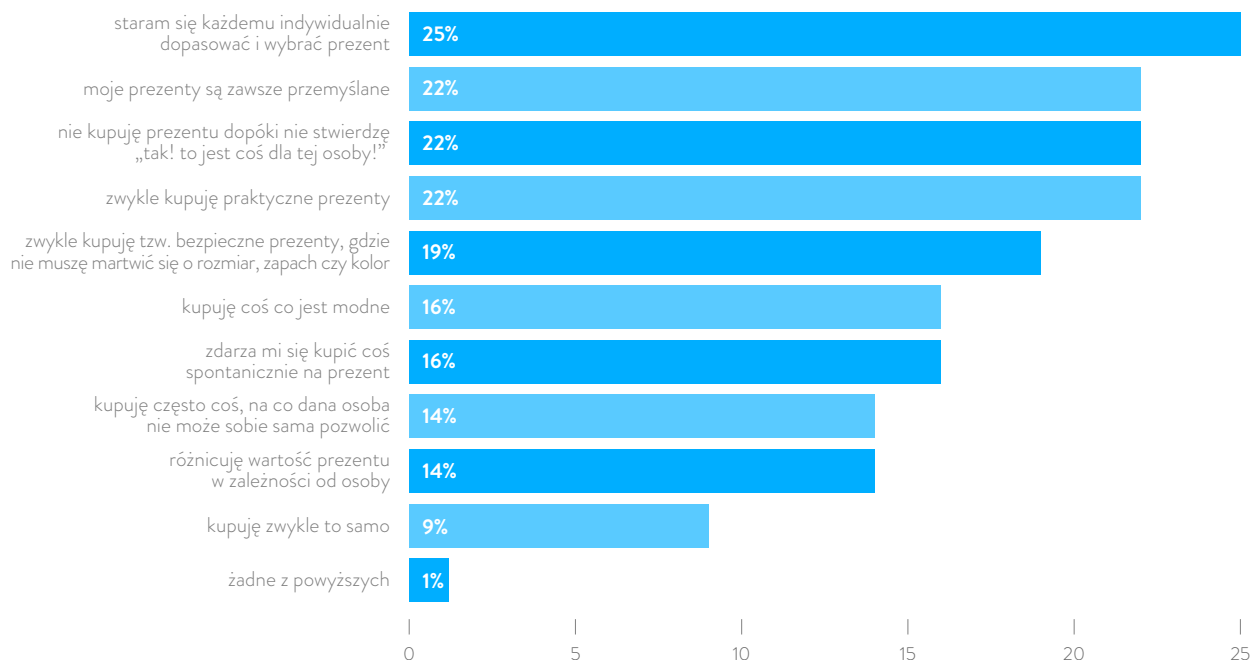
Zrobić komuś fajny, trafiony prezent to naprawdę sztuka. Szczególnie w świecie, w którym wszystko można kupić za rogiem, czy na stacji benzynowej. Trzeba kogoś dobrze poznać i mieć otwartą głowę, żeby wiedzieć, z czego się tak naprawdę ucieszy. Zgadza się z tym, że to nie cena sprawia, że prezent jest wyjątkowy, a raczej zaangażowanie obdarowującego. Znowu zmierzamy do tego samego, potrzebujemy prawdziwego kontaktu, wspólnego czasu, uwagi i miłości. Chcemy być dla kogoś zwyczajnie szczególnie.



Więcej niż należyta staranność

Nie tylko sami mamy dość duże wymagania co do prezentów, jakie otrzymujemy, ale duża część Polaków stara się również kupować według tych samych zasad – tak, aby prezent był przemyślany, unikalny i często był niespodzianką dla bliskich. Tylko 9% badanych mówi, że kupuje zawsze to samo. 25% natomiast stara się każdemu indywidualnie dopasować prezent. 22% Polaków kupujących prezenty świąteczne twierdzi, że ich prezenty są zawsze przemyślane i podobnie, 22% twierdzi, że nie kupi prezentu, dopóki nie poczuje, że „to jest to!”.

Wykres 10: W jaki sposób podchodzisz do zakupu prezentu? Które zachowania Cię dotyczą?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

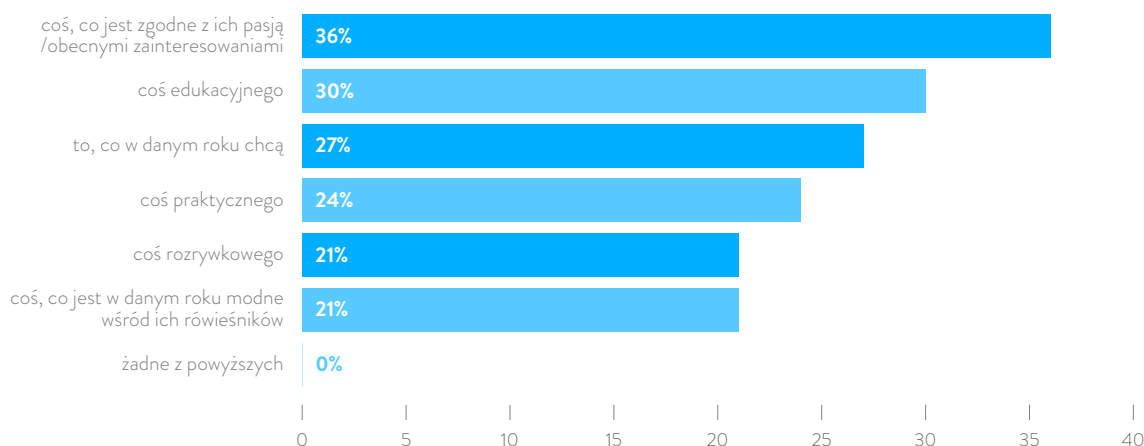




Dzieciom prezenty z pasją

Już wiemy jakie wymagania mają Polacy co do własnych prezentów. a jakie prezenty najczęściej kupują dzieciom? Okazuje się, że do tego co kupujemy dzieciom również przykładamy dużą wagę. Przede wszystkim staramy się kupić coś, co jest zgodne z ich pasją i aktualnymi zainteresowaniami (36% wskazań). To zdecydowanie wymaga od nas wysiłku i tego, abyśmy takie obdarowywane dziecko dość dobrze znali. Następne wskazania to coś edukacyjnego i coś, o czym wiemy, że w danym roku jest ich pragnieniem. Prezenty edukacyjne są, jak się okazuje, dość specyficzne dla Polaków, bo jak pokazują badania Deloitte dotyczące prezentów, jesteśmy jedną z niewielu nacji, która tak mocno stawia na edukację dzieci, nawet podczas świąt. Najmniej jako czynnik zakupowy przemawia do nas moda panująca w danym roku wśród rówieśników obdarowywanej pociechy. Podsumowując – jak prezenty dzieciom – to również z głową.

Wykres 11: Dzieciom kupuję zwykle..., N=460, badani kupujący prezenty dzieciom, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

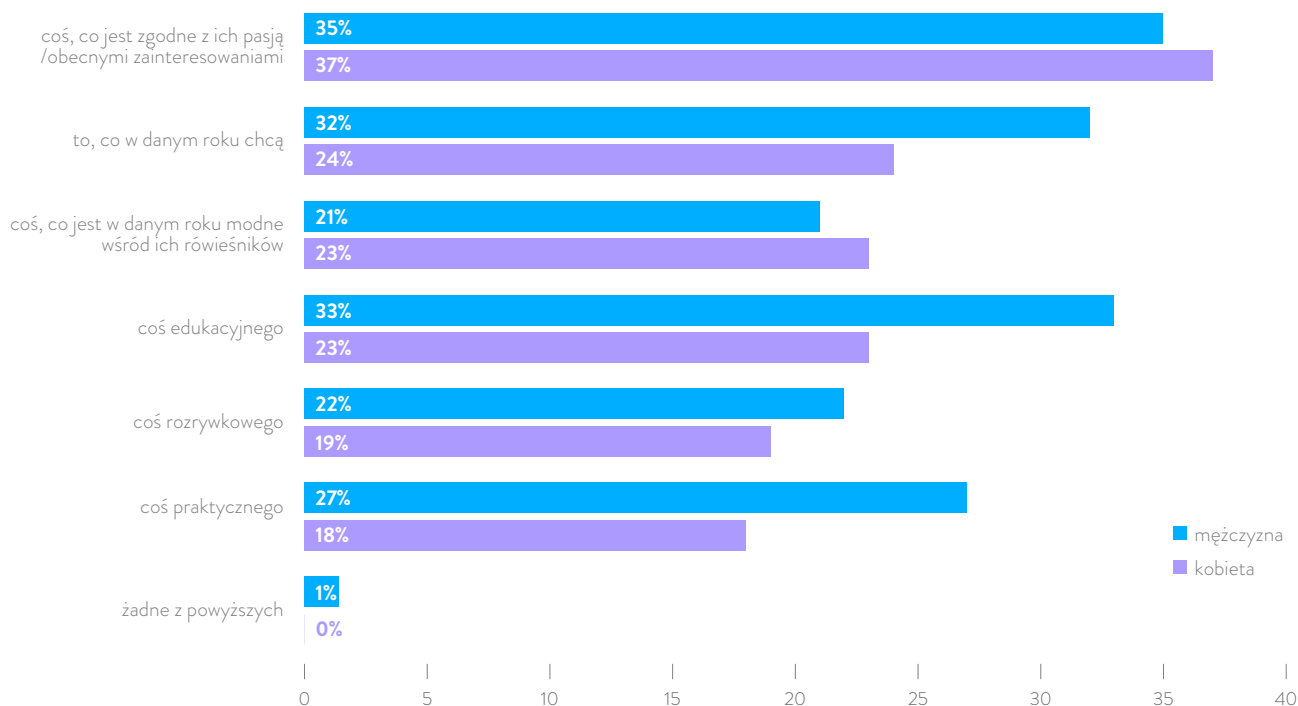




Mężczyźni na długich zakupach dziecięcych

Jak się okazuje, kobiety i mężczyźni mają nieco inne podejście do kupowania prezentów dzieciom. Pierwszy czynnik pozostaje bez zmian – zarówno panie jak i panowie najczęściej starają się kupić coś, co jest zgodne z pasją dziecka, jednakże już następne wskazania są dość zróżnicowane. Generalnie trzeba podkreślić, że mężczyźni kupując dziecięce prezenty, biorą pod uwagę więcej czynników. Panowie przede wszystkim znacznie częściej kupują prezenty według wskazań obdarowywanej pociechy, czyli coś co ta chce w danym roku (+8 p.p. przewagi nad kobietami). Także częściej kupują prezenty edukacyjne (+10 p.p. przewagi) i praktyczne (9 p.p. przewagi). Panie nieco mniej edukacyjnie, częściej kupią coś, co jest w danym roku modne wśród rówieśników obdarowywanego dziecka.

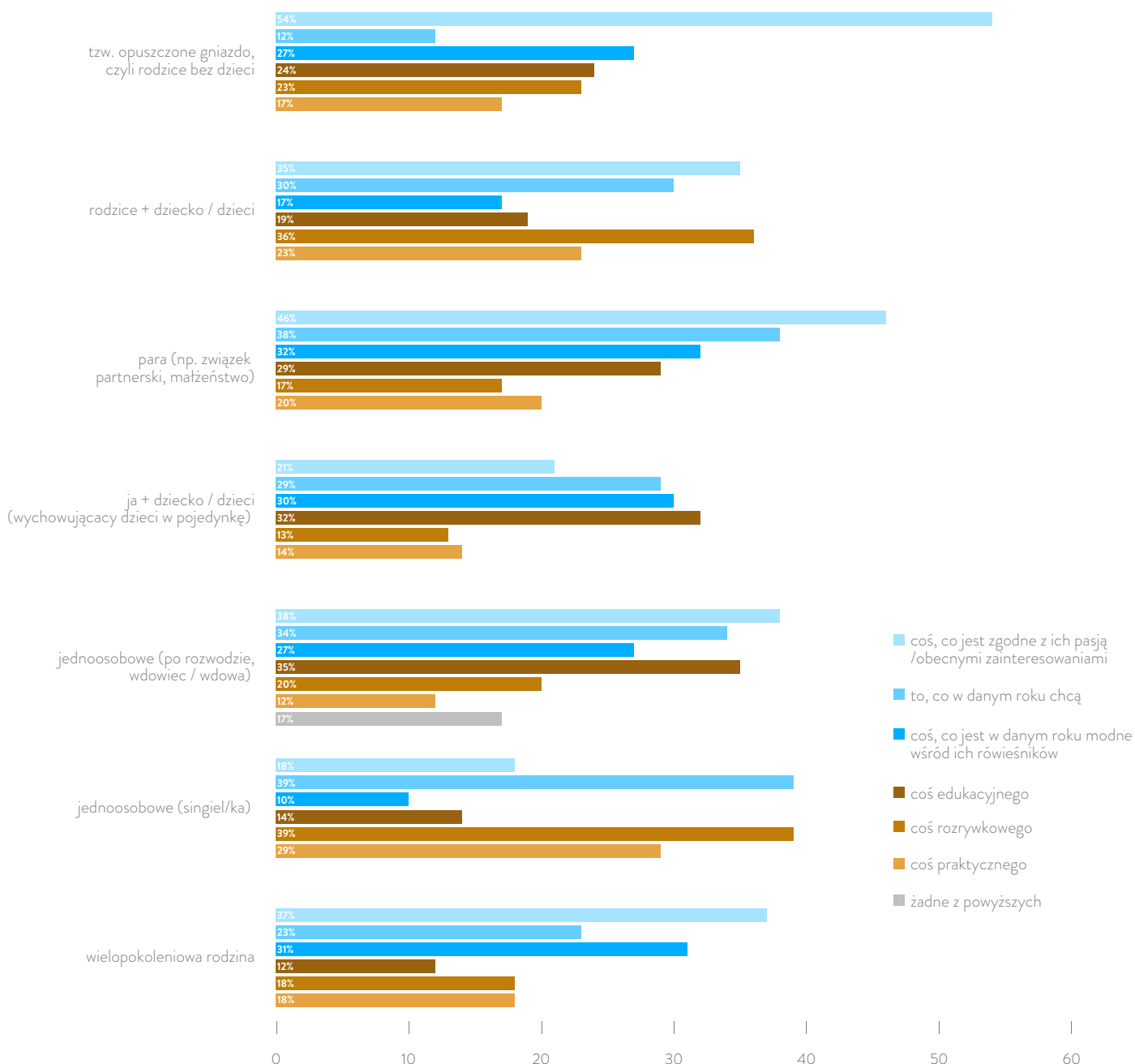
Wykres 12: Dzieciom kupuję zwykle... (wg płci), N=460, badani kupujący prezenty dzieciom, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Edukacyjny prezent zawsze bezpieczny

Najwięcej czynników i „wymiarów prezentowych” rozważają, kupując prezenty dzieciom, pary nie posiadające jeszcze dzieci, ale one także, podobnie jak większość innych osób, największą uwagę zwrócą na fakt, żeby dany prezent był zgodny z pasją i zainteresowaniami obdarowywanego dziecka. Rodzice w różnego typu gospodarstwach domowych najczęściej kierują się tym, aby dany prezent był zgodny z pasją, a także edukacyjny. W szczególności to dążenie do zgodności z pasją i zainteresowaniami cechuje osoby z tzw. opuszczonych gniazd, których dzieci są najstarsze i prawdopodobnie już usamodzielnione, a tym samym mają skryształizowane potrzeby i zainteresowania. Osoby zaś z gospodarstw domowych typu rodzice plus dziecko / dzieci, znacznie częściej niż inne grupy wezmą pod uwagę po prostu bezpośrednie życzenie prezentowe pociechy. Podobnie postąpią również single, zapewne pytając się rodziców, co ich dziecko chciałoby otrzymać. Single kupując prezenty dzieciom stawiają również bardzo często na element edukacyjny, w zasadzie najczęściej ze wszystkich badanych grup.

Wykres 13: Dzieciom kupuję zwykle... (wg płci), N=460, badani kupujący prezenty dzieciom, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

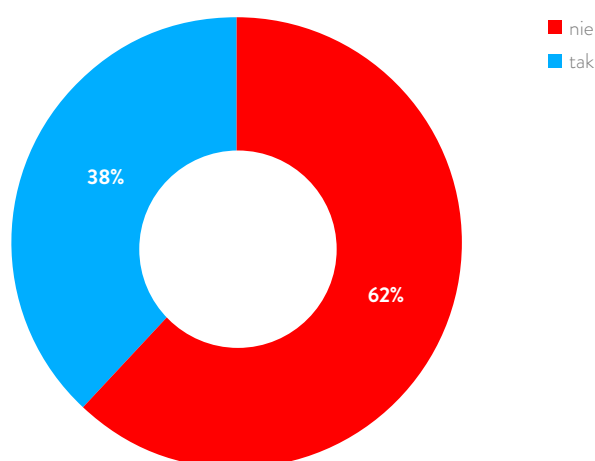




Ostatnie prezentowe zdanie dorosłych

Mimo, że staramy się dzieciom kupić jak najlepsze prezenty, kierując się różnymi elementami i dokładając wszelkiej staranności, nie uważamy, że zawsze powinny otrzymywać to, czego chcą, czy też, co zażyczą sobie na prezent. Istotne jest, aby potrafiły się cieszyć i doceniać prezenty, które otrzymają. Twierdzi tak 62% Polaków. Kobiety i mężczyźni mają dokładnie takie samo zdanie w tej kwestii. Niższe niż statystycznie poparcie dla dziecięcych żądań mają osoby najstarsze, w wieku 55+, ale także osoby młode, w wieku 18-24 lata. Mniej tolerancyjni dla życzeń dzieci są także mieszkańcy wsi i małych miasteczek oraz największych miast, pow. 500 tys. mieszkańców. Analizując statystyki pod kątem statusu gospodarstwa domowego, najmniej ideę dawania dzieciom zawsze takich prezentów, jakich pragną, popierają osoby z gospodarstw jednoosobowych, w szczególności single, osoby rozwiedzione i owdowiałe. Za wspomnianą ideą najchętniej głoszą przedstawiciele wielopokoleniowych rodzin.

Wykres 14: Czy wg Ciebie dzieci zawsze powinny dostawać to, czego oczekują na święta?, N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



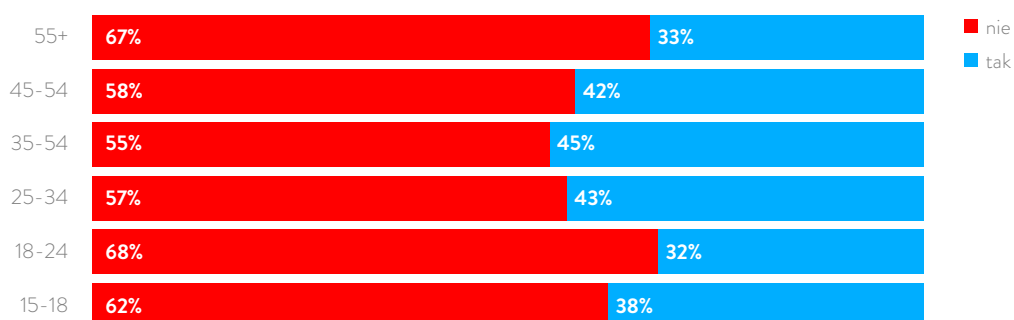


Prezenty świąteczne

Wykres 15: Czy wg Ciebie dzieci zawsze powinny dostawać to, czego oczekują na święta? (wg płci), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



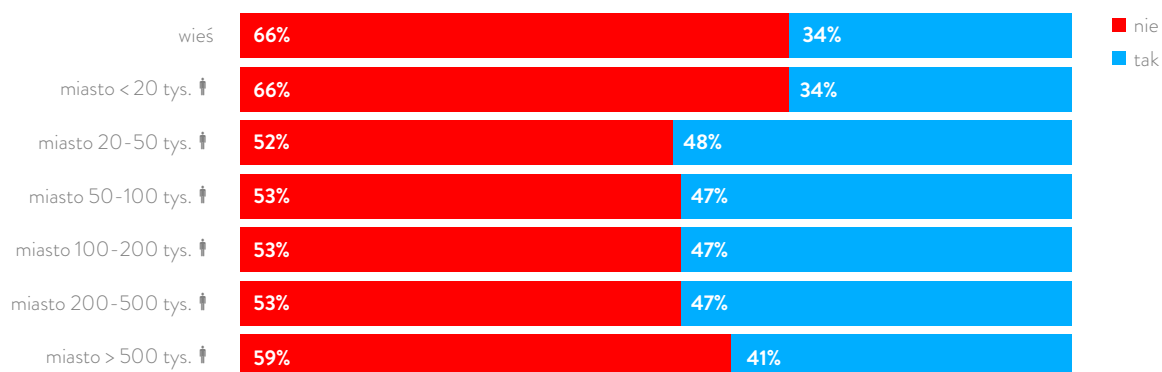
Wykres 16: Czy wg Ciebie dzieci zawsze powinny dostawać to, czego oczekują na święta? (wg wieku), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Prezenty świąteczne

Wykres 17: Czy wg Ciebie dzieci zawsze powinny dostawać to, czego oczekują na święta? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 18: Czy wg Ciebie dzieci zawsze powinny dostawać to, czego oczekują na święta? (wg statusu gospodarstwa domowego), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Tylko czy aż 38% Polaków jest zdania, że dzieci zawsze powinny dostawać na święta to, czego chcą?



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Listy do Mikołaja to często wielowątkowe epopeje, w których pojawiają się liczne zabawki, ale nie tylko, również wymyślone stworzenia, przedmioty, czy pozamaterialne prośby. Trudno sprostać zadaniu. Jednocześnie konsumpcjonistyczne podejście do świąt potrafi wykreować ogromne oczekiwania dzieci co do prezentów. To niebezpieczny kierunek, poza niemożliwością realizacji ich marzeń, odsuwający całe rodziny od istoty świąt i od siebie.



Ewa Kaczorkiewicz

Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

Dla mnie 38% to bardzo dużo. A co jeśli dziecko chce czegoś, na co nas absolutnie nie stać? Czegoś, co jest niebezpieczne lub szkodliwe? Zupełnie niedostosowane do jego wieku? Niezgodne z wartościami, które wyznajemy? Potrafię sobie wyobrazić wiele prezentów, których nie kupiłabym swoim dzieciom nawet, gdyby ich pragnęły. Przed podjęciem ostatecznej decyzji nad każdym z nich pewnie bardzo długo bym się zastanawiała, ale jednocześnie jestem przekonana, że zadaniem rodziców jest stawianie granic. Także granic tego, na co się zgadzają, jeśli chodzi o prezenty. Granice dają dzieciom bezpieczeństwo, a gdy rodzic z góry zakłada, że zawsze zgodzi się dać to, czego dziecko chce, to tych granic nie stawia. I tu być może możemy mieć w przyszłości do czynienia z osobą roszczeniową, przekonaną, że rolą innych jest spełnianie jej oczekiwań.

”

Danuta Witczak

mgr filologii polskiej
nauczyciel z trzydziestoletnim
stażem pracy

Chcemy nasze dzieci rozwijać, wzbogacać ich zainteresowania, pobudzać ich kreatywność. To dobrze, że prezenty dla dzieci nie są tylko zaspokojeniem chwilowej mody, wylansowanej przez reklamę. Okazuje się, że chwilowy kaprys na Furbiego czy pieska Texta szybko mija. Prezenty edukacyjne dają szansę, że efekt będzie długofalowy i długoterminowy.

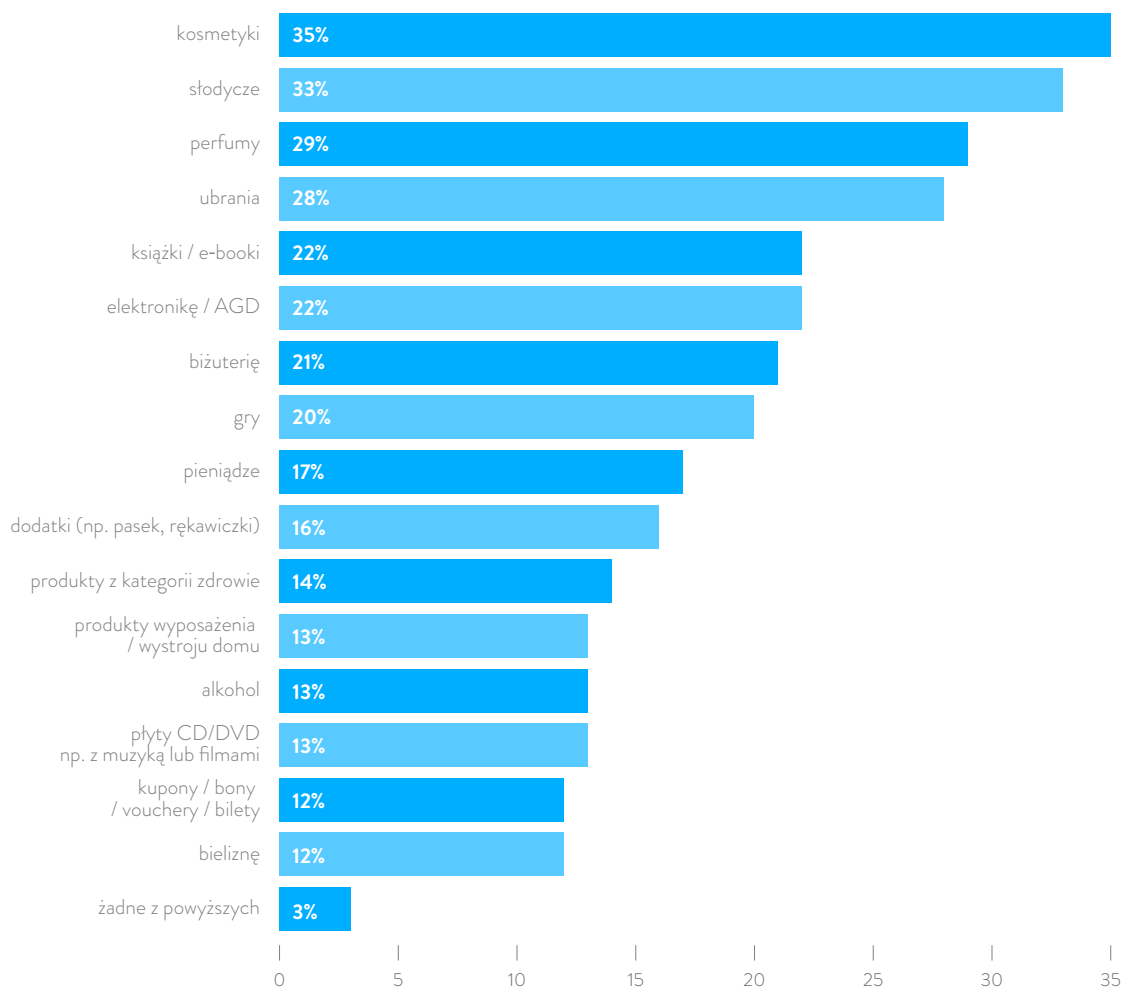


Kategorie prezentowe

Najpopularniejsze kategorie prezentowe

Średnio badani kupują prezenty w trzech z zaproponowanych do wyboru, szesnastu kategorii. Najczęściej kupujemy kosmetyki (35% wskazań), słodycze (33%) i perfumy (29%). Popularne są także ubrania (28%) i książki lub e-booki (22%). Jednocześnie słodycze, kosmetyki i ubrania to kategorie produktów, które najmniej lubimy dostawać. Nie jest jednak tak, że nie lubimy danej kategorii, raczej pytani o to czego nie lubią dostawać, Polacy podają konkretne przykłady – jeśli ubrania to skarpetki, czy niedopasowane kolorystycznie lub wzorem swetry, jeśli kosmetyki – to takie w przypadkowych zestawach z super- bądź hipermarketów. Jedyne w przypadku słodyczy wydaje się, że ogólnie nie lubimy już otrzymywać jakichkolwiek podarków z tej kategorii.

Wykres 19: Na prezent zwykle kupuję..., N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

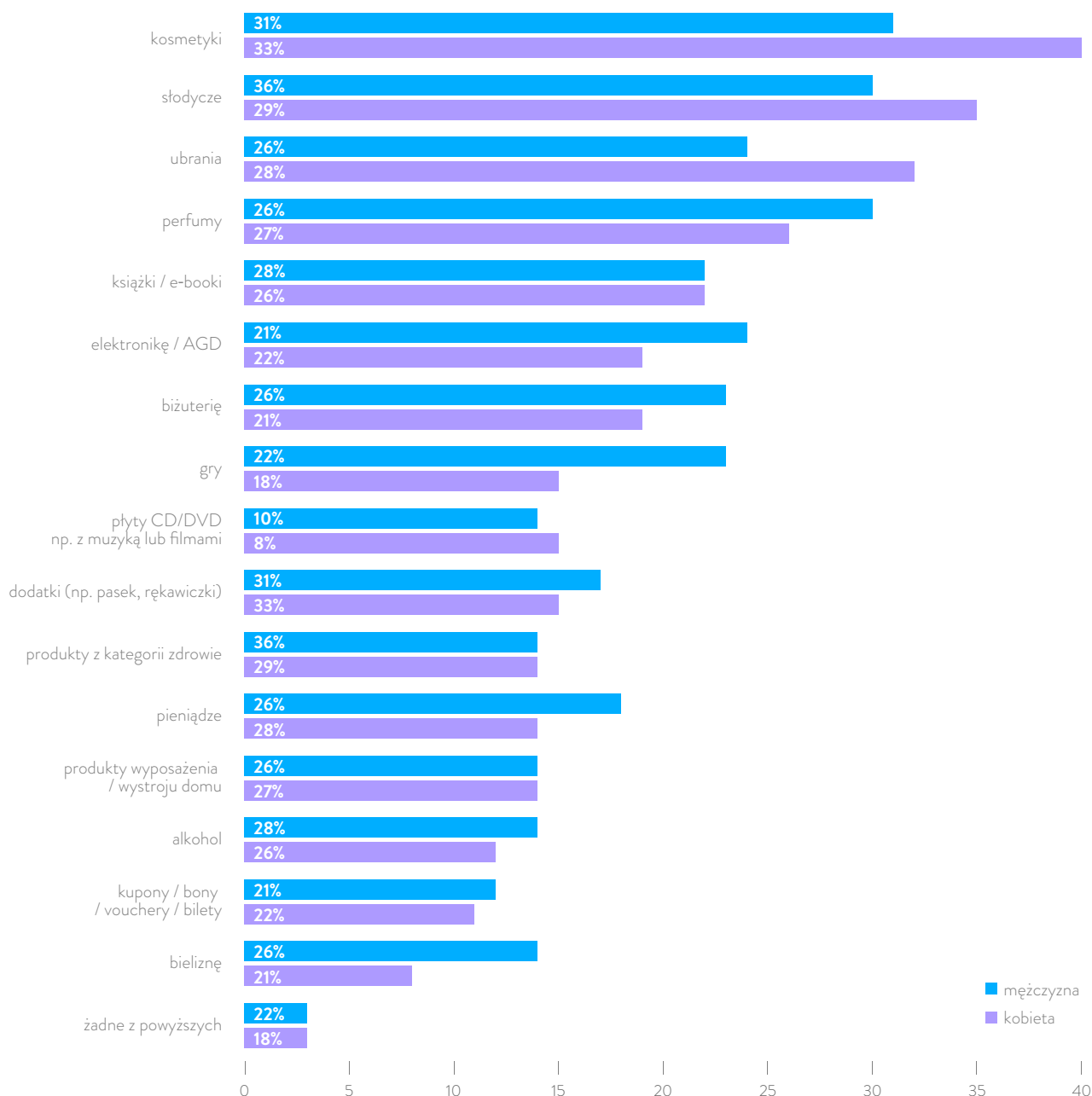




Różne kategorie prezentowe kobiet i mężczyzn

Kobiety i mężczyźni kupują prezenty w bardzo podobnej liczbie kategorii produktowych (mężczyźni w 3,3 kategorii, a kobiety 3,1 kategorii). Jeśli popatrzymy natomiast na konkretne kategorie to widać już wyraźne różnice w preferencjach. Po części jest to pochodną faktu, że jedna i druga strona najczęściej kupuje prezent partnerce bądź partnerowi. Kobiety dodatkowo kupują przeważnie prezenty pozostałej części rodziny i innym osobom, jakie mamy w zwyczaju obdarowywać na święta. Kobiety częściej niż mężczyźni kupują kosmetyki, ubrania i słodczyce, a mężczyźni perfumy, elektronikę, biżuterię i gry. Mężczyźni także częściej dają po prostu pieniądze, co, jak się okaże za chwilę, jest dość trafionym prezentem.

Wykres 20: Na prezent zwykle kupuję... (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

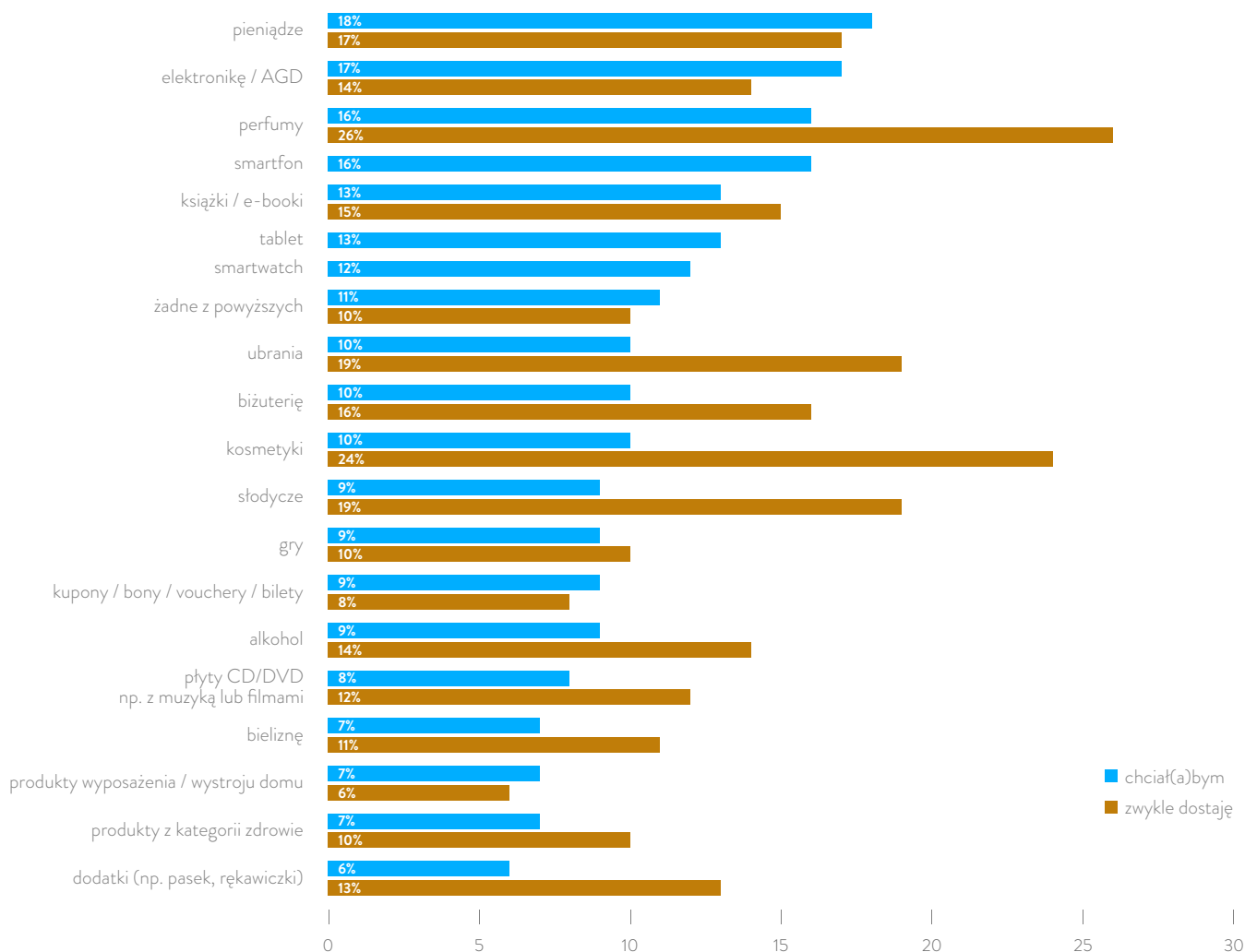




Prezentowe preferencje w starciu z rzeczywistością

Oczekiwane przez Polaków prezenty odbiegają dość często od tych otrzymywanych. Szczególnie dotyczy to pięciu najpopularniejszych w kontekście prezentowym kategorii zakupowych, takich jak kosmetyki (26% osób je otrzymuje, a tylko 10% chciałoby otrzymywać), perfumy (26% vs 16%), słodycze (19% vs 9%), ubrania (19% vs 10%) i biżuteria (16% vs 10%). Najwyraźniej, deklarując, że nasze wybory prezentów dla bliskich są zawsze przemyślane i oparte na obserwacji, oczywiście chcemy aby tak było, nie zawsze natomiast udaje się ten zamiar zrealizować. Co ciekawe, pomimo, że Polacy twierdzą, że prezent, który uważają za udany powinien być przemyślany, unikalny, dopasowany do ich potrzeb i zaskakujący, gdy mają do wyboru również pieniądze, najchętniej wybierają właśnie tę opcję (18%). W końcu, dysponując gotówką samemu można kupić coś unikalnego i przemyślanego oraz dostosowanego do naszych potrzeb, no może jedynie z niespodzianką będzie problem... Nie jesteśmy zresztą wyjątkowi w tym zakresie, podobnie pieniądze preferuje większość Europejczyków, m.in. Francuzi, Hiszpanie, czy Niemcy*. Na drugim miejscu wśród preferowanych kategorii prezentowych plasuje się elektronika (17%), a w tym konkretnie tablet (13%), smartfon (16%) i smartwatch (12%), o które zapytaliśmy dodatkowo. Interesujące jest, że na smartfon i tablet jako upragnione prezenty najczęściej wskazują osoby, które już te urządzenia posiadają. Najwyraźniej myślą o innym, konkretnym modelu. Warto też zwrócić uwagę na rosnącą popularność voucherów, kuponów i bonów, które być może mają szansę częściowo zastąpić materialne, często oklepane prezenty.

Wykres 21: Na prezent zwykle dostaję / Na prezent chciał(a)bym dostać..., N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

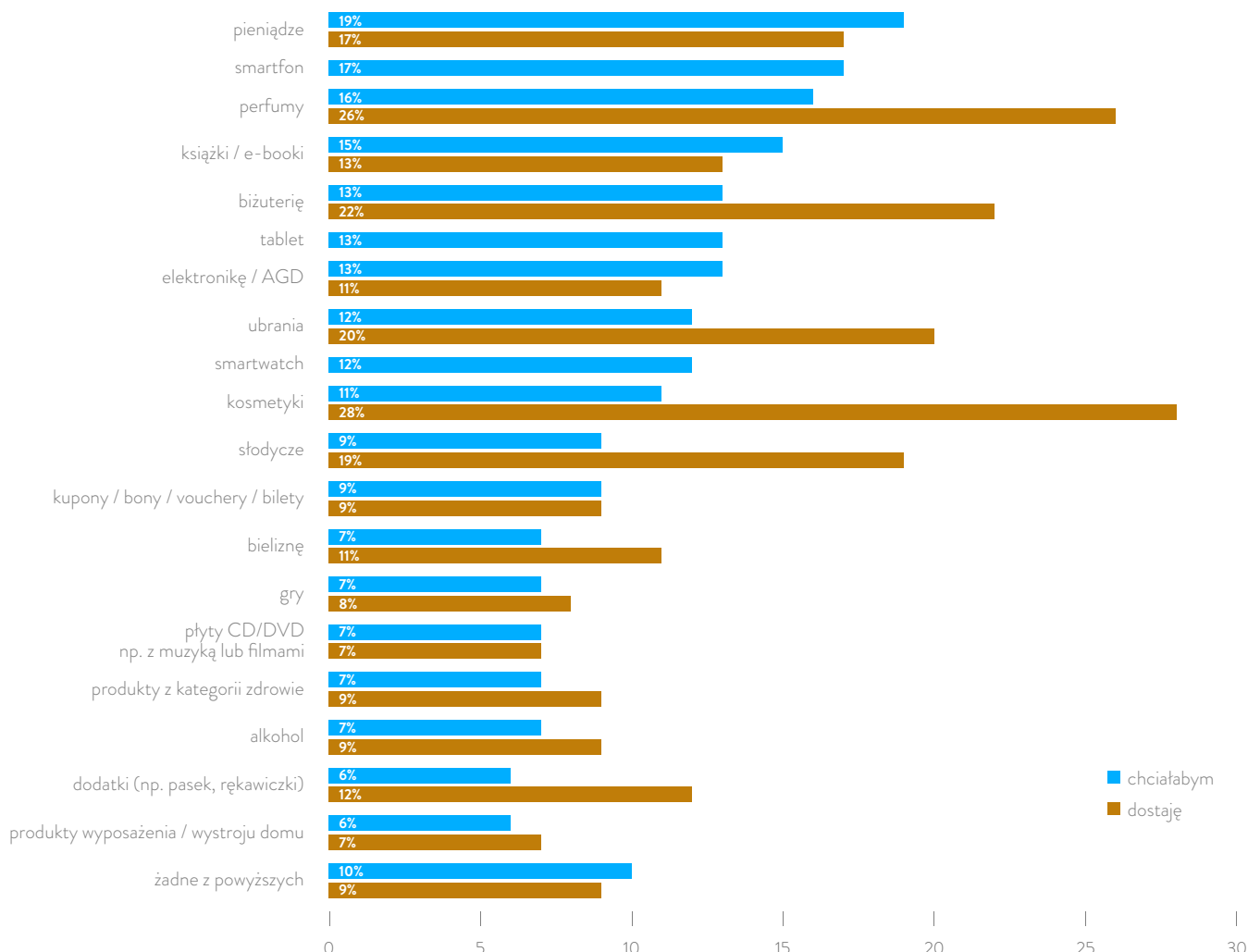




Czego pragną kobiety

Kobiety chciałyby otrzymywać perfumy, kosmetyki i biżuterię... Okazuje się, że jednak niekoniecznie. Owszem, perfumy znajdują się dość wysoko na liście kobiecych życzeń, ale wydaje się, że damskie preferencje prezentowe idą generalnie w nieco innym kierunku, a mianowicie, elektroniki i pieniędzy. Pieniądże to zdecydowanie hit prezentowy. 19% pań wskazuje, że chciałoby taki prezent właśnie otrzymać. Na szczęście, również 17% stwierdziło, że pieniądze na święta otrzymuje. Polki uszczęśliwi również smartfon (17%), książki, bądź e-booki (15%). Zaakceptują również tablet (13%) i biżuterię (13%). Najmniej będą zadowolone z dodatków, np. paska czy rękawiczek i produktów wyposażenia domowego.

Wykres 22: Na prezent zwykle dostaję / Na prezent chciał(a)bym dostać... (kobiety), N=553, badane kobiety, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

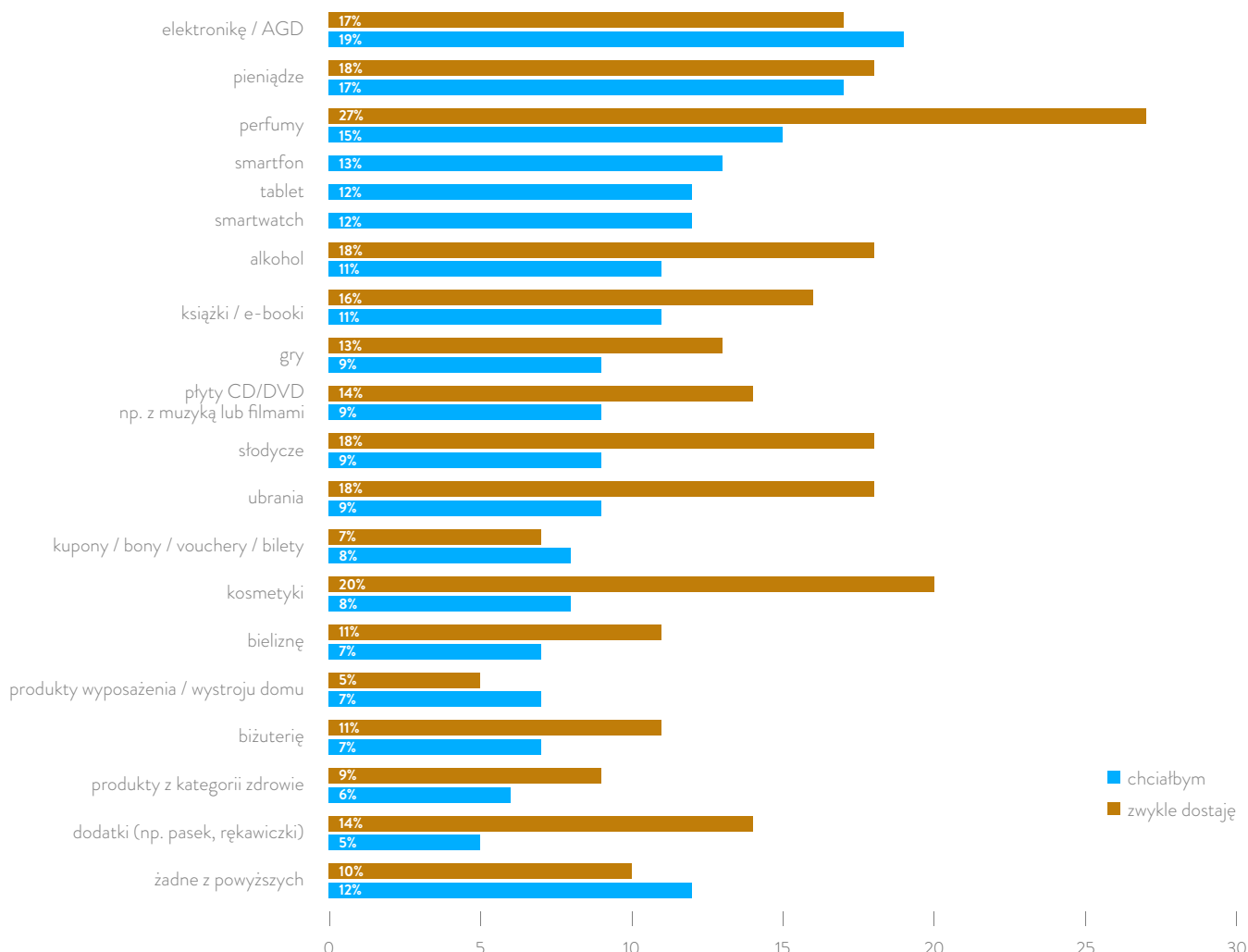




Męskie życzenia

Skoro kobiety preferują elektronikę, co w takim razie na prezent chcieliby dostać panowie? Okazuje się, że największy rozdźwięk w przypadku mężczyzn występuje w kategorii kosmetyki, ubrania i słodczyce. Tego typu prezenty znacznie częściej dostają niżby chcieli. Panowie, podobnie jak panie, nie pogardziliby natomiast pieniędzmi (18% wskazań), aczkolwiek jeszcze bardziej będą zadowoleni gdy pod choinką znajdą coś z kategorii elektronika. 13% będzie zadowolonych gdy otrzyma smartfon, 12% – tablet i podobnie 12% – smartwatch. Panowie również rzadziej chcieliby otrzymywać alkohol niż to jest obecnie, a za to częściej produkty wyposażenia domu / AGD i kupony / vouchery / bilety.

Wykres 23: Na prezent zwykle dostaję / Na prezent chciał(a)bym dostać... (mężczyźni), N=883, badani mężczyźni, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Większość z nas nie lubi dostawać na święta słodczy, kosmetyków, ubrań... jednak są to wciąż najczęściej kupowane przez nas prezenty...



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Być może rzeczywiście chodzi o ograniczenia budżetu, trudność w znalezieniu czasu na kupno prezentów. Część z nas kapituluje w obliczu oczekiwania na coś absolutnie niesamowitego, decyduje się na kupno rzeczy praktycznych. Często też, zmęczeni całym tym zamieszaniem wokół prezentów, kupujemy coś tylko po to, żeby kupić. Pojawia się kolejny wrażliwy punkt, bo przecież nie chodzi w tym zachowaniu o nasze złe intencje, czy obojętność wobec bliskich. Męczy nas narosła świąteczna presja. Dopiero kiedy zdamy sobie sprawę, że pula rzeczy materialnych jest ograniczona, natomiast pomysłów na prezenty niematerialne może być nieskończenie wiele, otwiera się dla nas nowa przestrzeń. Oto nagle okazuje się, że nigdzie nie musimy iść, nie musimy nawet odpalać komputera. Wystarczy chwila zastanowienia nad tym, co sprawiłoby radość naszym bliskim. Wtedy, nawet jeśli zdecydujemy się na zakup, będzie to miało niewiele wspólnego z szaleńczą gonitwą po sklepach.

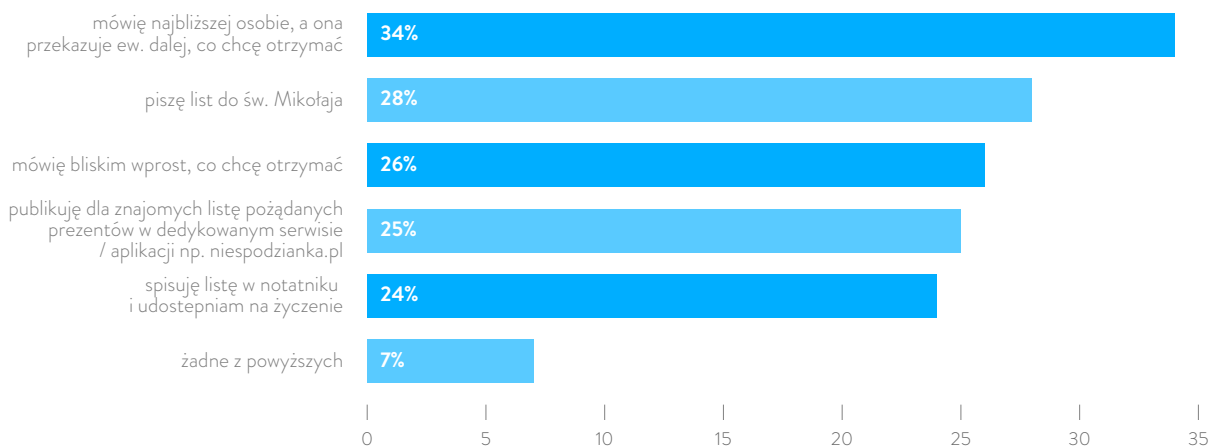


Wymarzone prezenty

Listy do M

23% Polaków obchodzących święta ma spisane życzenia świąteczne. Wygląda zatem na to, że jest to na razie wbrew tradycji albo jednak lubimy niespodzianki. Ci, którzy listę życzeń posiadają (częściej mężczyźni i mieszkańcy największych miast pow. 500 tys. mieszkańców), wykorzystują wiele sposobów na jej spisanie i udostępnienie. Najczęściej przekazują listę najbliższej osobie, a ta podaje informację dalej (34%). 28% pisze listy do Św. Mikołaja, 26% – mniej subtelnie – mówi wprost bliskim, co chce otrzymać. Z różnych aplikacji i serwisów do list prezentowych korzysta 25% osób spisujących listy marzeń prezentowych, a więc 5% wszystkich badanych. Lista spisana w zwykłym notatniku wystarcza 24% osób spisujących listy upragnionych prezentów.

Wykres 24: W jakiej formie spisujesz listę życzeń prezentowych?, N=468, badani spisujący listę życzeń, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Marzenia spod choinki

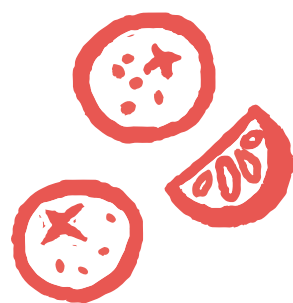
Pytani o najlepszy prezent jaki kiedykolwiek dostali w życiu, Polacy wymieniają wiele konkretnych rzeczy ale można je zgrupować w trzy typy prezentów: 1. prezent praktyczny, wyczekany i dość drogi, często składkowy (tu mamy laptop, tablet, smartfon, samochód, duży zastrzyk gotówki, czy składkowy laptop potrzebny do pracy, na który złożyła się cała rodzina), 2. wspomnienie dzieciństwa, czyli przeważnie zestaw klocków Lego, lalka Barbie, pierwsza wśród znajomych konsola do gry, wrotki, zdalnie sterowany samochód) i 3. zupełnie niespodziewane, zaskakujące prezenty, a często i ważne wydarzenia – te opisujemy bardzo dokładnie i emocjonalnie, gdy są materialne, np. cudowny naszyjnik z kolczykami od wyjątkowej osoby, jak i wtedy, gdy są powiązane z ważnymi, niezapomnianymi wydarzeniami, np. ciepło i pomoc rodziny, gdy byłam w rozsypce, synek, cudowny chłopak, impreza z babcią, pierścionek zaręczynowy... Wygląda na to, że nasze serca i pamięć zdobywają prezenty wyjątkowe. Powyższe upominki można zatem potraktować jako listę gwarantującą, modny ostatnio, efekt WOW.





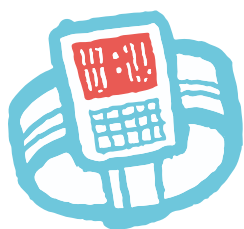
Marzenia na naszą miarę

Jeśli chodzi o kategorie zakupowe, współcześni Polacy preferują jako prezenty najczęściej gotówkę i elektronikę, a także książki i e-booki. Pytani o wymarzony prezent wymieniają iPhone, markowy alkohol, auto, komputer, laptop, konsolę PS4, biżuterię konkretnej marki, rower, tablet, smartwatch, egzotyczną wycieczkę, a także prezenty niematerialne jak miłość, przyjaźń, rodzina... Dość ambitne marzenia. Jednocześnie, ciężko sobie wyobrazić, że jeszcze nie tak dawno, bo w 1973 roku OBOP alarmował, że pomimo, że władza zamówiła import z Włoch, a obok produktów żywnościowych, egzotycznych grejfrutów, mandarynek i cytryn, także materiał na suknie wieczorowe, wykwintną galanterię damską, peruki, wyroby dziane, zegarki szwajcarskie, libańskie wyroby złotnicze, tylko 50% dorosłych obywateli dostało prezent pod choinkę. Stało się tak z powodu niskich zarobków i wysokich cen. Cytując dalej: „Wśród prezentów królowały drobne artykuły odzieżowe, a wśród nich szczególnym uznaniem cieszyły się czapki, szaliki i kaptcie, w drugiej kolejności obdarowywano się słodyczami, droższą odzieżą (buty, swetry), a dalej następowały kosmetyki i przybory toaletowe (w tym do golenia dla panów) oraz bielizna damska i męska. Jedynie 2% otrzymało na Gwiazdkę książki”. Wymarzone prezenty były w tamtym czasie „wychodzone”, w większości praktyczne i pięknie pachniały pomarańczami, rarytasami nie do dostania na co dzień. Prezentami były najczęściej towary trudnodostępne – żeby nie powiedzieć niedostępne – w rzeczywistości PRL. Cieszono się z produktów wyposażenia domu, wódki, czy – dawanych na wół leganie – bonów. Wyczekiwano prezentów z Przedsiębiorstwa Eksportu Wewnętrznego Pewex w postaci jeansów, koszul i innych ubrań, a także zestawów kosmetyków zawierających ekskluzywne mydła Atlantic czy Fa. No cóż, lata 70. i 80. w Polsce to okres głębokiego komunizmu. Podczas, gdy dzieci na Zachodzie już w tamtych czasach cieszyły się sprezentowanymi podczas świąt grami, czy kultową lalką Barbie, dzieci w Polsce marzyły o czymś zgoła innym. Pod choinką chciały zobaczyć drewniane klocki, konia na biegunach, psa na kółkach, którego potem wyprowadzały na spacer, czy sanki, na których wtedy było jeszcze gdzie jeździć. Modne i pożądane były też szmaciane lalki. Prezentem, który cieszył wtedy i cieszy niezmiennie od tamtych lat nie tylko dzieci są zaś książki. One jakoś się nie postarzały pomimo upływu trzydziestu lat. No, może zmieniły formę na e-booki, a wtedy, w latach 80. były to pięknie ilustrowane Baśnie autorstwa braci Grimm, czy Hansa Christiana Andersena. Dzieci za „żelazną kutyną” były w tym czasie już na etapie żelazniaków Hot Wheels, Walkie-Talkie, rower BMX, czy gry Jenga. To wszystko dotarło i do nas... kilka lat później. Podobnie jak ZX Spectrum, czyli pierwszy mały komputer domowy wyprodukowany przez Sinclair Research, po raz pierwszy w 1982 roku. Nie można zapomnieć także o Kostce Rubika wynalezionej w 1974 roku. Ta łamigłówka długo zaprzętała umysły i małych i dużych, którzy otrzymali ją jako świąteczny prezent. Podobno sam Rubik układał ją po raz pierwszy przez miesiąc. Kostka ma 43 tryliony kombinacji i tylko jedno prawidłowe rozwiązanie. Przez lata wypracowano różne techniki pokonania Kostki. Kilka z nich to LBL, Corners First uznawana za metodę dla początkujących (i pewnie większości z nas...), metoda Fridrich, metoda Rouxa, Petrusa czy Columns First. Powstały też polskie metody, między innymi ZB (Zborowski-Bruchem) i ZZ speedcubing system. Podobno od czasu powstania Kostki Rubika bawiła się 1/8 populacji świata. Która obecna zabawka może się poszczycić takim wynikiem? No, może jeśli potraktujemy jako zabawkę wyczekiwany obecnie pod choinką smartfon, wynik byłby zbliżony.

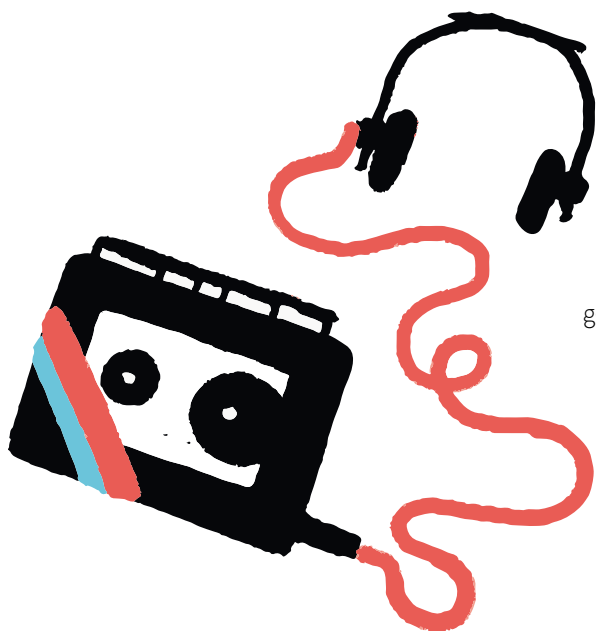


Prezentowa ewolucja

Nadeszły lata 90. i kapitalizm. W sklepach pojawiły się zachodnie marki, a razem z nimi nowe pragnienia prezentowe. Niestety nie pojawiły się środki na spełnienie tych marzeń. Zaczęliśmy częściej oczekiwać pierwszej drobnej elektroniki jak zegarki, czy przenośne odtwarzacze muzyki. Pod choinką pojawiły się perfumy, biżuteria i markowe ubrania. Jeśli chodzi o dzieci, najczęstsze marzenie dziewczęce stanowił domek dla lalek Barbie i same lalki Barbie oczywiście. Potem pojawiły się duże lalki mówiące i lalki wyglądające jak niemowlaki. Chłopcy często marzyli o figurce Power Rangers i żelazniakach. Lata 90. to był także okres świetności Tamagotchi – elektronicznego breloczka z wirtualnym zwierzątkiem, pierwszy raz wyprodukowanego w 1996 roku. Wszyscy chcieli go mieć, najlepiej w wersji oryginalnej. W 1998 roku pojawił się też Furby, zwany przez wielu futrzaną elektroniczną kulką. Był interaktywny, reagował na dźwięk, dotyk i głośkanie. Do tej pory trwają spory, czy zabawny zwierzątko bardziej przypominał sowę czy chomika. Niezapomnianym, wręcz bajkowym podarkiem był również kalejdoskop. Z mniej kosztownych prezentów, małe dzieci na początku lat 90. pod choinką mogły znaleźć również kolorową skaczącą sprężynę i czekoladki w opakowaniu ze świątecznym obrazkiem na wierzchu, którego ponumerowane elementy otwierały się ujawniając co pysniejsze czekoladowe kąski. Modne były też piłeczki kauczukowe skaczące na niebotyczne wysokości, a za chwilę potem piłeczki przylepiające się do sufitu i powracające w kilka sekund do właściwego kształtu. Z pewnością w wielu domach na suficie, czy ścianach do tej pory widać ślady tych bardzo „edukacyjnych” zabawek. Nie można zapomnieć też o klockach Lego, które pojawiły się pod wieloma choinkami w Polsce na przełomie 80. i 90. lat. To produkt legenda, o którym marzą dzieci niezależnie o roku i panującego ustroju, a często nie tylko dzieci. Zmieniają się zestawy klocków, używane kolory, dodatki, ale jeśli znajdziemy w piwnicy pudło klocków z lat 90. możemy być pewni, że nasze dzieci będą mogły dodać je do swojej kolekcji i zbudować jedną wielką międzypokoleniową budowlę. Od tego roku możemy być też pewni, że nadeptanie na legendarny klocek nie będzie już wywoływać tak nieprzyjemnych odczuć bo powstały w końcu kapcie Lego chroniące nasze stopy. W latach 90. także młodzież miała specyficzne marzenia. Przykładowo były to jeansy, najlepiej Levis’y „pięćsetjedyńki”. Każdy modny małolat musiał mieć w szafie choćby jedną parę. Obecnie ten klasyczny model wciąż jest popularny, ale już gości w naszych domach w grudniu jako świąteczny prezent. Inne pragnienie młodych tamtych lat to Martensy albo Grindersy. W latach 90. te „bucior” zwane też glanami wkroczyły odważnie z ulicy na salony. Przestały być noszone tylko przez przedstawicieli subkultur. Teraz wręcz wypadało je mieć i ówcześni rodzice zaczęli je tolerować. Nosili je zarówno kobiety, jak i mężczyźni. Za ten prezent trzeba było jednak sporo zapłacić.



Modna była również konsola do gry Pegasus, podróbka japońskiej konsoli Nintendo, składana podobno na Tajwanie przez anonimowego, owianego tajemnicą producenta z myślą o dwóch europejskich rynkach – polskim i jugosłowiańskim. „Chodziła” na niej większość gier, które były pirackimi kopiami gier na Nintendo produkowanymi w Rosji i Chinach, wtedy jednak nikt się prawami autorskimi nie przejmował... To produkt wręcz kultowy dla dzisiejszych trzydziestolatków, obecnie zastąpiony przez nowocześniejsze PS4, inne modele Nintendo i XBOX. Był jeszcze Pager, który chwilową popularność w latach 90. zdobył dzięki amerykańskim filmom, gdzie używali go nągniennie ludzie sukcesu. Nie doczekał się jednak tak wielkiej popularności jak choćby Pegasus, a teraz do ciągłego bycia „w zasięgu” służy nam już smartfon.





Prezentowy roller coaster

W roku 2001 serca wszystkich, nie tylko dzieci i młodzieży, zdobył iPod od Apple, rewolucja w odtwarzaniu muzyki, następca dwóch wynalazków firmy Sony – Walkmana z 1979 roku i Discmana z 1984 roku. Do września 2010 roku sprzedano się go 275 mln sztuk. Doczekał się siedmiu generacji i był wielokrotnie kopiowany, a jego nazwa stała się nazwą generyczną oznaczającą przenośny odtwarzacz muzyki, a potem i wideo. Dzieci w tych latach zaczęły się fascynować zabawkami przedstawiającymi postaci z bajek, a właściwie pełnometrażowych filmów dla dzieci. Ogromną popularność zdobył Buzz Lightyear, bohater z Toy Story. Lego też stało się bardziej bajkowe i pod choinką można było zobaczyć zestaw z najnowszych superprodukcji, jak Gwiezdne Wojny, Piraci z Karaibów, wspomniana Toy Story, Avatar, Auta, Świat Jurajski, a nawet Władcy Pierścieni i Hobbit.

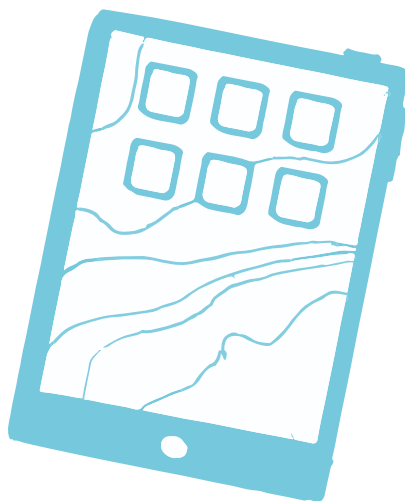
Rok 2000 i lata późniejsze to czas kiedy prezenty zaczęły zmieniać się dynamicznie z roku na rok, szczególnie jeśli chodzi o preferowane marki i styl. W kolorowych magazynach kobiecych pojawiły się inspiracje i sugerowane listy prezentowe: Jak zachwycić tatę lub teścia?, Jak zachwycić mamę?, 10 najlepszych prezentów dla niego, 10 najlepszych prezentów dla niej... Wkrótce potem odkryto, że to panowie bardziej potrzebują takich list i pojawiły się one również w męskich magazynach, a jeszcze chwilę później w czytanych przez mężczyzn serwisach internetowych. Zaczęto też publikować czarne listy prezentowe, o których kiedyś tylko szeptano albo w ogóle nie istniały w naszych głowach ze względu na to, że w latach 70., 80. i częściowo 90. prezenty zaspokajały nasze realne, codzienne potrzeby, a nie zachcianki. Jeśli wierzyć kolorowym magazynom, w latach dwutysięcznych kupowano na prezent podobne kategorie upominków świątecznych jak obecnie, czyli kosmetyki, ubrania, bieliznę, dodatki, biżuterię, produkty wyposażenia domu i słodczyce, które już wtedy znajdowały się na czarnej liście prezentów niepożądanych. Najczęściej kupowano te produkty w wersji limitowanej, markowej i bardziej ekskluzywnej niż codzienna i ta praktyczna, podstawowa z lat 80. i 90. To była nowość. Podobnie jak dedykowane na święta kolekcje ubrań i biżuterii. Pojawiło się kilka nowych kategorii produktów, które zagościły pod niektórymi choinkami w co zamożniejszych domach, a były to kompaktowy aparat cyfrowy, ekspres do kawy, który zmienił nawyki kawowe dużej części obdarowanych Polaków, czy designerskie elementy wyposażenia wnętrz.





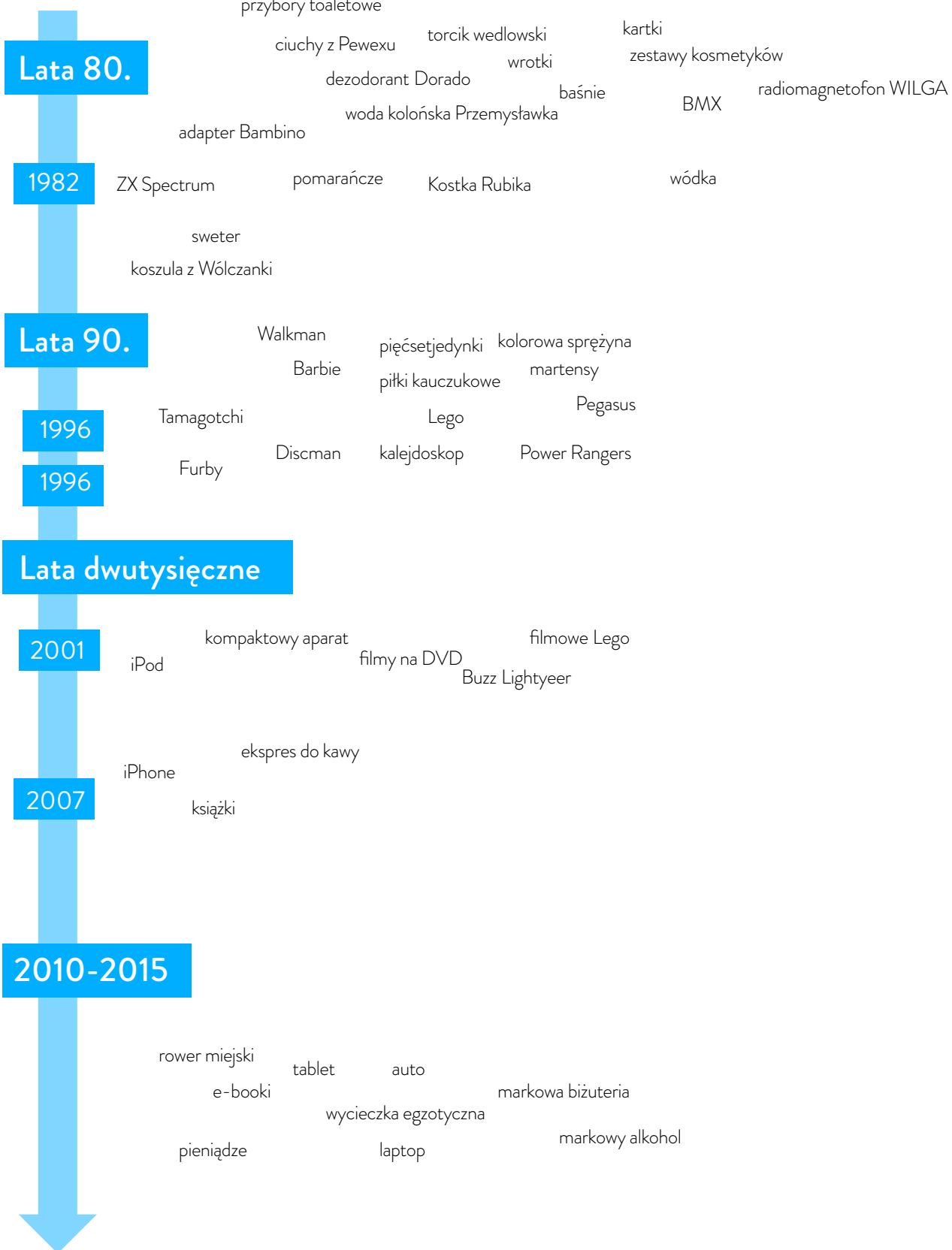
Prezentowy roller coaster

Bardziej masowym, przystępnym cenowo i chętnie dawanym prezentem stały się w tym czasie filmy na DVD. Wraz z otwarciem Polski na Europę jako prezenty pojawiły się też albumy pokazujące inne kraje i przewodniki po innych krajach zapowiadające przyszłe wojaże. Kilka rodzajów produktów pokazało swoje, zmienione w przeciągu lat oblicze, przykładowo wrotki z lat 80., które ustąpiły pola deskorolce w latach 90. i rolkom w latach dwutysięcznych. Podobnie rower BMX z lat 80., zastąpiony w latach 90. popularnym „góralem”, a potem coraz bardziej zaawansowanymi rowerami z aluminiową ramą z mnóstwem przerzutek i w końcu rowerami miejskimi w stylu retro. Zegarki a'la Casio i Citizen z lat 80. przeistoczyły się w latach 90. w nie do końca estetyczne zegarki z kalkulatorem by potem zrobić miejsce dla zaawansowanych zegarków sportowych lub eleganckich zegarków dla nowoczesnego businessman'a i businesswoman, a w 2015 – dla zegarków smart. W latach dwutysięcznych, ze względu na obfitość rynku i wachlarz dostępnych ofert, generalnie coraz ciężiej jest wskazać prezenty-szlagiery. Większość z nas dawała sobie podobne kategorie produktów w roku 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006... aż w 2007 pojawił się iPhone i stał się znowu najbardziej pożądanym prezentem i kategorią samą w sobie aż do roku 2015. Do towarzystwa ma w tym roku po choinką także tablet i wspomniany smartwatch.





Wymarzone prezenty





Jako najlepszy prezent wymieniamy przeważnie jakiś wspominany z dzieciństwa, zupełnie niespodziewany i zaskakujący, a jak praktyczny, to wyczekany i dość drogi, często składkowy. Czy chodzi o to, żeby dzięki prezentowi poczuć się wyjątkowo? Takie prezenty zapamiętujemy?



Julia Izmałkova

Psycholog, badaczka
i ewangelistka etnografii
w Polsce, CEO jedynej
agencji badawczej
w Europie specjalizującej się
w biznesowych badaniach
etnograficznych
www.izmałkova.com,
autor bloga
www.myflirtwithreality.com

”

Najbardziej w prezentach pamiętamy emocje. To jest psychologicznie oczywisty wynik. Możemy zapomnieć słowa, obrazy, przedmioty, ale nie to, co czuliśmy. Rzeczy, które bardzo chcemy i wpisujemy je na listę życzeń – nie są rzeczami, które musimy mieć. To, co musimy – nie jest na liście marzeń. Mało prawdopodobne, żeby na tej liście był mikser (który może być i drogi i pożądany ale... nie stanowi on przedmiotu naszych marzeń sennych). Chcemy czegoś, co jest mało prawdopodobne, czyli często dosyć drogie, praktyczne ale.. nie jest niezbędne.. Praktyczny nie znaczy pragmatyczny. Bez tabletu przeżyjesz, choć go bardzo chcesz. Naturalnie więc jeżeli dostajemy coś, czego się spodziewamy, to poziom emocji jest znacznie niższy. Mniej zatem to pamiętamy. Dlatego tak ważne jest, żeby chcąc obdarować kogoś i sprawić mu tym radość – uważnie go słuchać i wyłapać taką rzecz, która nie jest oczywista jako prezent. Chciałby ją mieć, ale być może uważa że wcale nie powinien, że nie zasługuje, albo, że taki prezent jest zbyt drogi, zbyt ekstrawagancki itd.. Im bardziej jest niedostępny – mentalnie lub materialnie – tym bardziej będzie pożądany, a więc wywoła większe emocje. Bardzo wysoko, według mnie, w niniejszym badaniu pozycjonują się niematerialne rzeczy. Jeśli dostając prezent doświadczamy efektu WOW – zapamiętujemy to na dłużej. Co więcej emocje niespodziewane i pozytywne mają tę tendencję, że z czasem nabierają na mocy. Zapamiętujemy je w tym kontekście, w którym się wydarzyły. Pamiętamy detale – zapach, dźwięk, kolor – wszystko, co temu towarzyszyło. A im więcej detali pamiętamy – tym mniejsza szansa, że emocje z czasem zbledną. W Polsce wciąż pamiętamy prezenty z lat 80. i 90. Z dzisiejszej perspektywy wydają nam się banalne, ale wówczas towarzyszył im efekt WOW, bo były trudno dostępne i przez to stanowiły dowód na uważność i na to, że ktoś dając je nam – naprawdę się postarał, włożył wysiłek, i umysłowy i finansowy, pokazał, że zależy mu na nas. Dziś, w ekstremalnie konsumpcyjnych czasach, trudniej wymyślić coś, o czym marzymy, bo wszystko jest na wyciągnięcie ręki. Funkcjonujemy na poziomie zachcianek. Mamy mało potrzeb. Wszystkie są zaspokojone. Trudno się też cieszyć z prezentów, bo często nie mamy poczucia, że nie potrafilibyśmy sami sobie ich dać. W związku z tym jestem przekonana, że będzie rozwijał się trend dawania sobie emocji. Widać to w wynikach raportu – jeśli popatrzymy na kategorię vouchery/ kupony / bilety. Oczywiście dając tego rodzaju prezent trzeba uważać, żeby to nie był po prostu voucher do sklepu odzieżowego czy jubilerskiego. Nie tędy droga. To nie jest wysiłek, to nie jest uważność. Trend, o którym mówię, doskonale realizują firmy (jest już kilka takich w Rosji), które jak w filmie z Michaeliem Douglasem (Gra), specjalizują się w sprzedawaniu emocji. Możemy u nich kupić dowolne, ekstremalne wydarzenia i to nie pojedyncze ale .. całe sekwencje – spersonalizowane SPECJLANIE dla konkretnej osoby. Takie, na które sami nawet nie mamy szans wpaść, że byśmy je chcieli, jak przykładowo wycieczka z fotografem National Geographic, z którym wspólnie pracujemy cały dzień robiąc zdjęcia. Dobry prezent, któremu towarzyszy efekt wow, to dziś taki, w który wkładamy coś więcej niż środki finansowe. Warto o tym pamiętać, jeśli chcemy sprawić, żeby nasz prezent miał faktycznie wartość PREZENTU, a nie był tylko przedmiotem oferowanym z okazji świąt.

Święta



jak z bajki

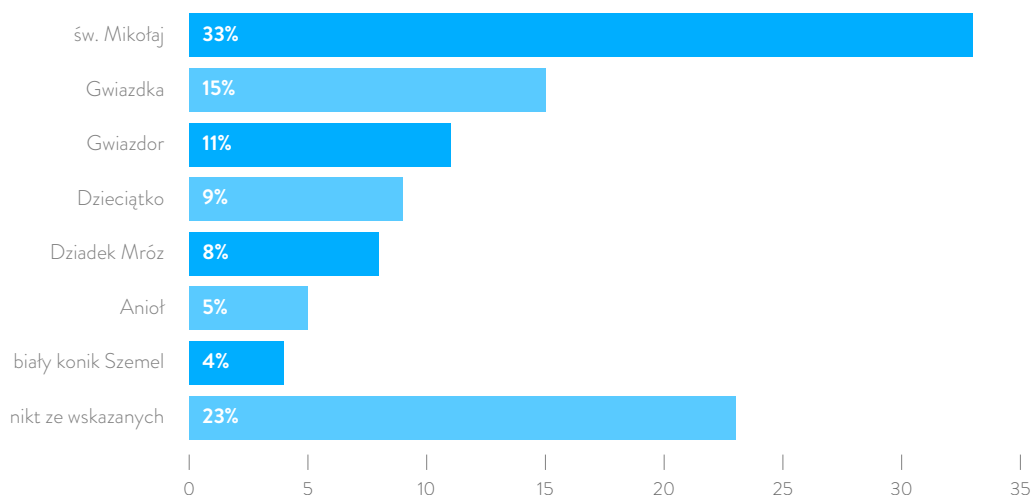


Święta jak z bajki

Mikołaj na podium prezentowym

W Polsce najczęściej prezenty pod choinkę przynosi Święty Mikołaj. Jak wspominaliśmy wcześniej, zwyczaj ten jest związany z postacią biskupa Mikołaja, który własnym majątkiem podzielił się z potrzebującymi. Jednakże, Święty Mikołaj to nie jedyna postać, jaką możemy spotkać pod choinką. W Holandii prezenty rozdaje Sinterklass. W Rosji dobrodziejem jest Died Moroz. We Włoszech podarki możemy zawdzięczać wiedźmie Befanie, która przybywa nieco spóźniona, bo w nocy z 5 na 6 stycznia, chociaż coraz częściej prezenty mieszkańcom Włoch przynosi też Babbo Natale, czyli właśnie Święty Mikołaj. W Szwecji możemy spotkać Jultomtena – krasnoluda przychodzącego do domów zaraz po wigilijnej kolacji. W Anglii podczas świąt obecny jest Father Christmas. Podobnie we Francji – Pere Noel, który niestety przybywa z pomocnikiem – Peref Fouettard, czyhającym na niegrzeczne dzieci. W Hiszpanii prezenty często przynoszą Trzej Królowie dopiero 6 stycznia. Okazuje się, że w Polsce przy choince też bywa tłoczno. Oprócz Mikołaja można tam spotkać też często Gwiazdora, Gwiazdkę, czy Dzieciątka ale przeważnie w każdym domu prezenty przyniesie jedna z tych postaci.

Wykres 25: Kto przynosi prezenty?, N=1715, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





W polskich rodzinach najczęściej prezenty przynosi pod choinkę Mikołaj, ale dość często też Gwiazdor lub Gwizdka. Czy wiara w ten mit coś nam daje? Kiedy powinniśmy powiedzieć dziecku, że to jednak nie Mikołajowi zawdzięczają prezenty?



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Wiara w św. Mikołaja nadaje świętom magiczny charakter. Ci z nas, którzy mają dzieci, wiedzą doskonale z jakim podekscytowaniem i radością wiąże się wizyta Mikołaja w Wigilię. Oczywiście do momentu, dopóki dzieci w niego wierzą. Wiara jest w ogóle słowem kluczem jeśli chodzi o święta, niezależnie od wiary katolickiej. Święta wyrażają naszą wiarę w wyjątkowość człowieka. Niestety bardzo często proces zdemaskowania św. Mikołaja wiąże się dla dzieci z kompletną utratą wiary. Takim subtelnym przejściem od wczesnodziecięcej wiary w brodatego do bardziej dojrzałego zawierzenia w ludzką bezinteresowność może być zapoznanie dzieci z historią i legendami narosłymi wokół prawdziwej postaci św. Mikołaja, biskupa z Miry. Opowieść może przybrać baśniowy charakter i jako taka zrozumiała będzie już dla niespełna trzylatków.

”

Wiara w Świętego Mikołaja jest lepsza od wiary w Wiedźmina czy Harrego Pottera. Ja bym nie mówiła, dziecko w końcu i tak zauważy, że Mikołaj miał buty wujka, albo, że mówił głosem sąsiada. Oczywiście najgorzej, jeśli o wszystkim dowie się od kolegów!



Ewa Kaczorkiewicz

Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

z Mikołajem jest trochę jak z magikiem, co do którego z jednej strony wiemy, iż jego sztuczki nie mogą być prawdziwe, a z drugiej strony chcemy w nie wierzyć. To daje nam przyjemność, odrobinę magii w życiu. I dzieci z tą magią świetnie sobie radzą – z jednej strony widzą buty wujka wystające spod kozucha Mikołaja i mają wątpliwości co do jego prawdziwości, z drugiej zaś strony chcą wierzyć, że jest na świecie ktoś, kto w magiczny sposób może przemierzać świat i spełniać dziecięce marzenia i kto pod choinką specjalnie dla nich zostawi podarek. Dlaczego mielibyśmy dzieci tej frajdy pozbawiać? Prędzej czy później ich wątpliwości zmienią się w pewność i wtedy możemy potwierdzić, że jest tak, jak to już wiedzą. Ale nie przyspieszajmy tego procesu, nie ma po co.



Święta jak z bajki

Danuta Witczak

mgr filologii polskiej
nauczyciel z trzydziestoletnim
stażem pracy

”

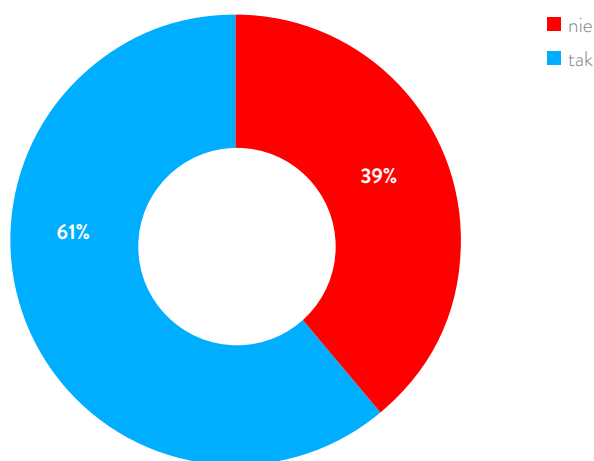
Nie mam kryterium wieku, kiedy należoby zniszczyć wiarę w istnienie św. Mikołaja. Cudowne są te chwile, kiedy dziecko samo wpada na trop, że to nie Mikołaj dostarczył prezenty. Na długie lata zostają w rodzinie opowieści, jak to Jaś wypatrzył, że buty św. Mikołaja są takie same, jak buty dziadka Stefana. I w przyszłym roku Jaś już bacznie się przyglądał Mikołajowi, by wykryć, że to na pewno dziadek Stefan.



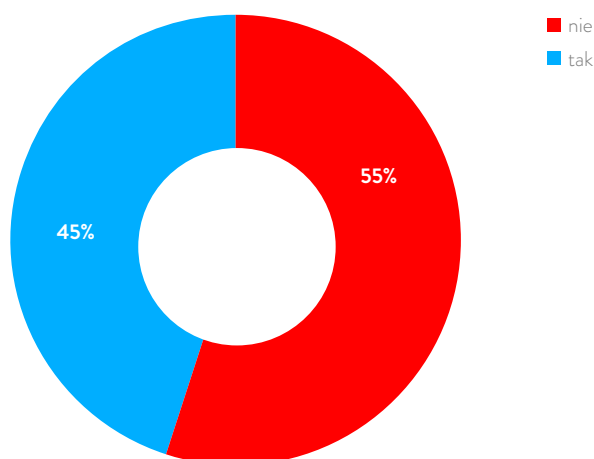
Realne odwiedziny Świętego Mikołaja

Okazuje się, że Mikołaj w tym roku będzie obecny w polskich domach podczas rozdawania prezentów nie tylko „duchem” ale i „ciałem”. Spośród osób, które wskazały, że oficjalnie to Święty Mikołaj jest odpowiedzialny w ich rodzinie za rozdawanie prezentów (33% badanych), 45% twierdzi, że ktoś spośród członków rodziny przebierze się za tę postać i faktycznie prezenty rozda. Stanie się tak pomimo faktu, że 40% tych samych osób twierdzi, że w ich rodzinie dzieci już w Świętego Mikołaja nie wierzą. Będzie to jednak wciąż tradycja i miły zwyczaj.

Wykres 26: Czy dzieci w Twojej rodzinie wierzą w Świętego Mikołaja?, N=580, osoby, które wskazały, że prezenty przynosi Święty Mikołaj, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 27: Czy podczas Wigilii ktoś się przebiera za Świętego Mikołaja i rozdaje prezenty?, N=580, osoby, które wskazały, że prezenty przynosi Święty Mikołaj, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

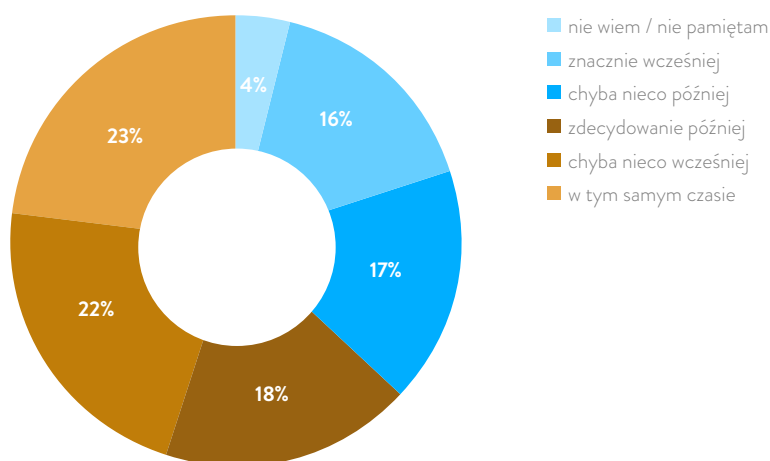




Realne odwiedziny Świętego Mikołaja

Czy obecnie dzieci podchodzą bardziej racjonalnie do Świąt? Są one dla nich mniej magiczne? Patrząc na opinie Polaków, nie wydaje się tak. Zdania, co do tego czy obecnie dzieci dowiadują się wcześniej czy później o tym, że Święty Mikołaj nie przynosi prezentów są podzielone. 33% Polaków twierdzi, że według nich w ich czasach mówiono o tym dzieciom później, 36% jest odwrotnego zdania, a 22% typuje taki sam wiek uświadamiania dzieci. Najwyraźniej magia może iść w parze z nowoczesnością i rozwojem technologii, a nasze dzieci bawiąc się tabletem wciąż będą wierzyć, że w święta Bożego Narodzenia wszystko się może zdarzyć. Tego między innymi, obok wyczekanych prezentów od Mikołaja, Gwiazdki czy Gwiazdora, Państwu życzymy.

Wykres 28: Czy Ty dowiedziałeś/ś się wcześniej czy później niż obecne dzieci, że Mikołaj nie istnieje, N=580, osoby, które wskazały, że prezenty przynosi Święty Mikołaj, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





*Świąteczne
zakupy*

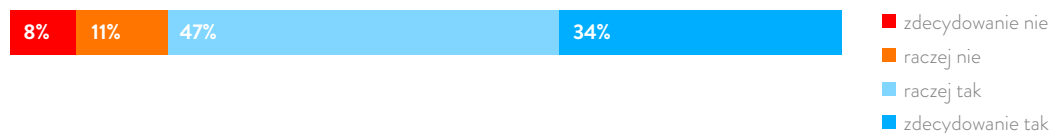


Zwyczaj kupowania prezentów

Prezenty pod strzechy

Zwyczaj kupowania prezentów świątecznych jest żywy w 81% rodzin. Mówi tak nieco więcej kobiet niż mężczyzn (przewaga 6 p.p.) oraz osób młodszych, w grupie wiekowej 18-34 lata, a także mieszkańców wsi. Co ciekawe, najrzadziej na kultywowanie zwyczaju kupowania prezentów wśród bliskich wskazują osoby w najstarszej grupie wiekowej. Tę grupę charakteryzują wskazania niższe o 8 p.p. niż w przypadku grupy nieco młodszej 45-54 lata aż do 19 p.p. w porównaniu do największych zwolenników prezentów, czyli osób w wieku 25-34 lata. A jeśli już mowa o osobach najczęściej wskazujących, że wśród ich bliskich żywy jest zwyczaj kupowania prezentów, to warto również zwrócić uwagę na mieszkańców wsi, którzy uzyskują 21 p.p. przewagi pod tym względem nad mieszkańcami największych miast pow. 500 tys. mieszkańców. Wysokie wskazania występują też wśród mieszkańców małych miasteczek do 20 tys. mieszkańców i miast 200-500 tys. mieszkańców.

Wykres 29: Czy wśród Twoich bliskich jest zwyczaj kupowania prezentów na święta Bożego Narodzenia?, N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



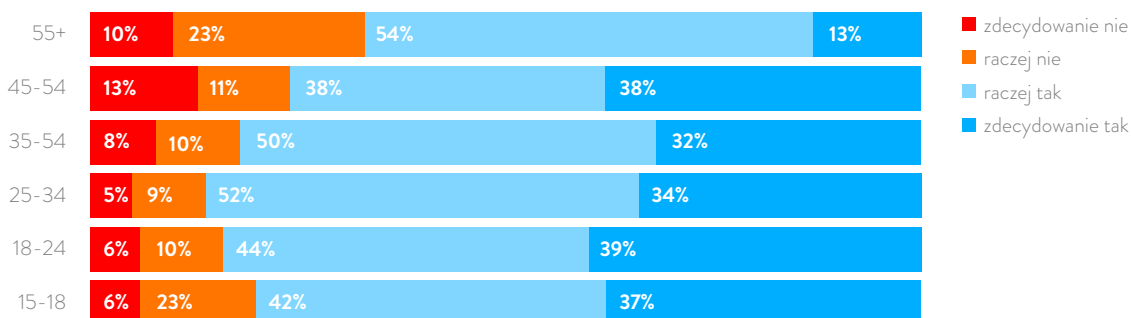
Wykres 30: Czy wśród Twoich bliskich jest zwyczaj kupowania prezentów na święta Bożego Narodzenia? (wg płci), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



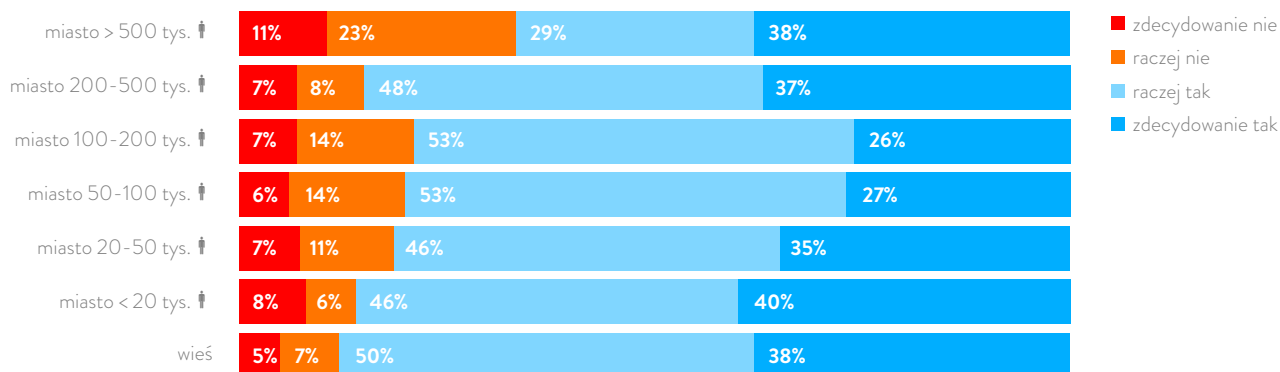


Zwyczaj kupowania prezentów

Wykres 31: Czy wśród Twoich bliskich jest zwyczaj kupowania prezentów na święta Bożego Narodzenia? (wg wieku), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 32: Czy wśród Twoich bliskich jest zwyczaj kupowania prezentów na święta Bożego Narodzenia? (wg miejsca zamieszkania), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



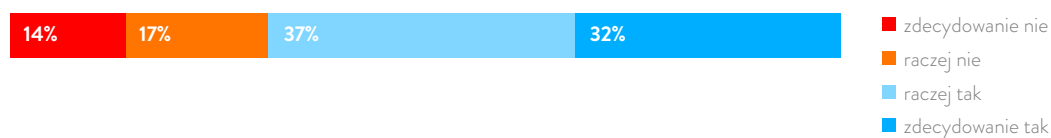


Zwyczaj kupowania prezentów

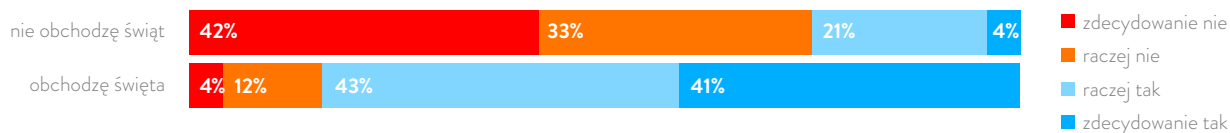
Obdarowywani i obdarowujący w Polsce

Na osobiste kupowanie prezentów wskazuje 69% Polaków. Wśród obchodzących święta jest to 84%. Co ciekawe, nawet jeśli badani wskazali, że nie obchodzą świąt Bożego Narodzenia, to nie przeszkadza im to kupować świątecznych prezentów swoim bliskim. Wygląda na to, że nawet jeśli świąt nie obchodzimy, czyli w rozumieniu Polaków nie kultywujemy różnorodnych świątecznych tradycji, a raczej spędzamy te święta po prostu razem na urlopie, w miejscu zamieszkania, czy pracujemy w tym czasie, to i tak 25% z nas zakupi w tym czasie prezenty bliskim.

Wykres 33: Czy Ty kupujesz prezenty?, N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 34: Czy Ty kupujesz prezenty? (wg obchodzenia świąt), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



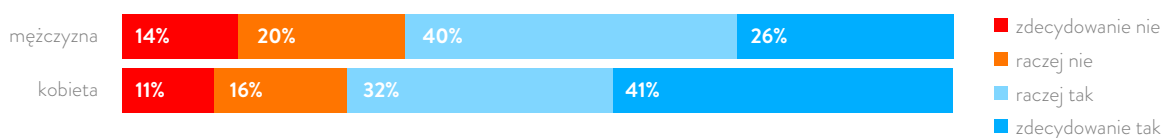


Zwyczaj kupowania prezentów

Prezentowe pokolenia

Prezenty kupuje 73% kobiet i 66% mężczyzn. Patrząc na wiek badanych, zdecydowanie najczęściej kupują prezenty osoby w dwóch grupach wiekowych 25-34 i 35-44 lata, powszechnie określani jako przedstawiciele najwięcej konsumujących pokoleń – X i Y. Analizując zaś miejsce zamieszkania, najczęściej zakupy prezentów dotyczą osób mieszkających na wsi oraz w mniejszych i średnich miastach, a najrzadziej, co ciekawe, osób w największych miastach. Mieszkańcy największych miast również najrzadziej wskazują, że święta Bożego Narodzenia obchodzą, a więc to jest zapewne naturalna konsekwencja tej postawy.

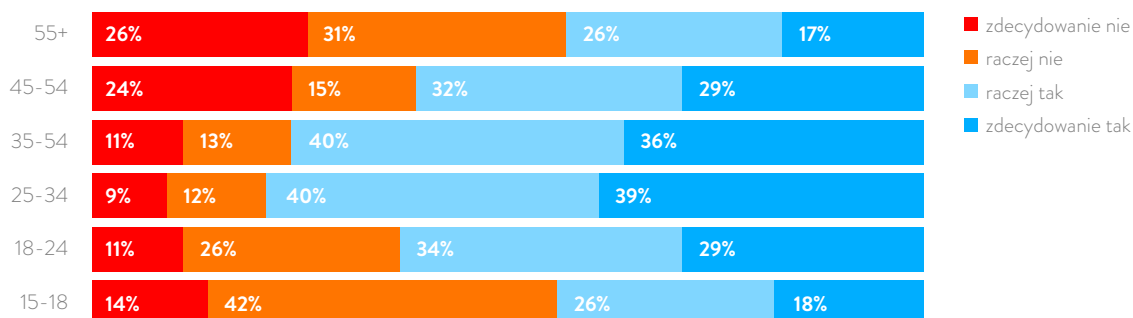
Wykres 35: Czy Ty kupujesz prezenty? (wg płci), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



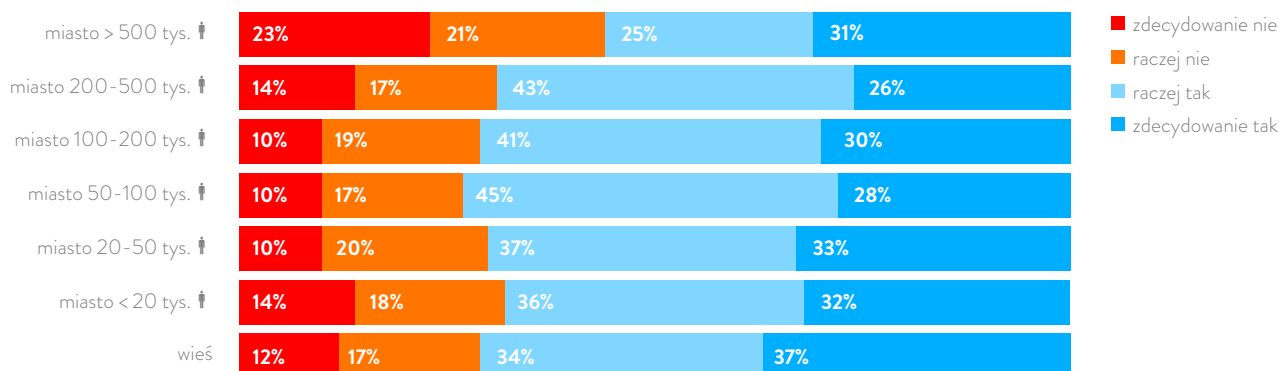


Zwyczaj kupowania prezentów

Wykres 36: Czy Ty kupujesz prezenty? (wg wieku), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 37: Czy Ty kupujesz prezenty? (wg miejsca zamieszkania), N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



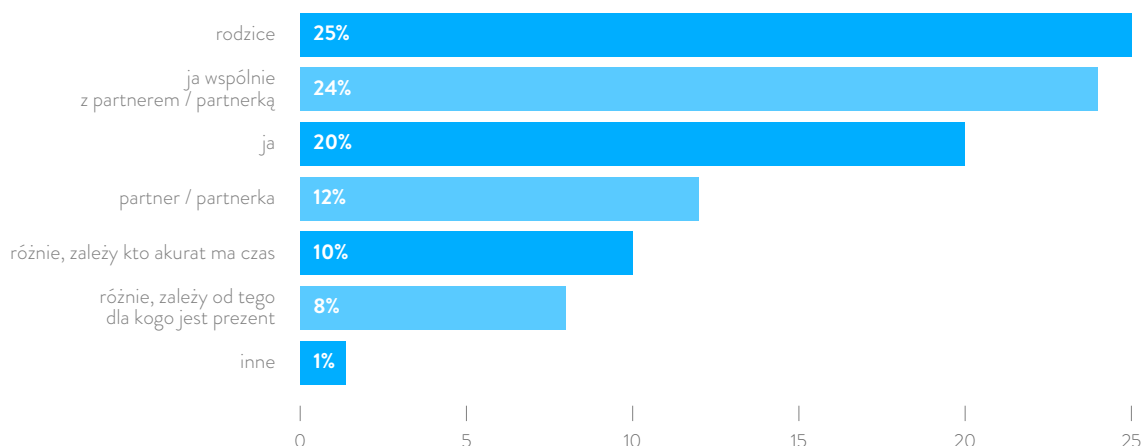


Kto kupuje prezenty

Prezentowi decydenci

Najczęściej Polacy wskazują, że kupują prezenty samodzielnie albo wspólnie z partnerem, bądź partnerką (44% wskazań). Panowie znacznie rzadziej kupują prezenty samodzielnie (14% wskazań vs 26% w przypadku kobiet), znacznie częściej też wskazują, że to partner(ka) kupuje prezenty (+8 p.p. przewagi nad paniami w tej kwestii). Mężczyźni znacznie częściej wskazują także, że to rodzice kupują prezenty. „Specjalizacja prezentowa” czyli dostosowywanie kupującego w zależności od tego, dla kogo jest dany prezent, występuje w 8% gospodarstw domowych. Wyznaczenie osoby kupującej w zależności od tego, kto posiada akurat czas na zakupy, czyli optymalizacja czasowa, dotyczy natomiast 10% gospodarstw domowych.

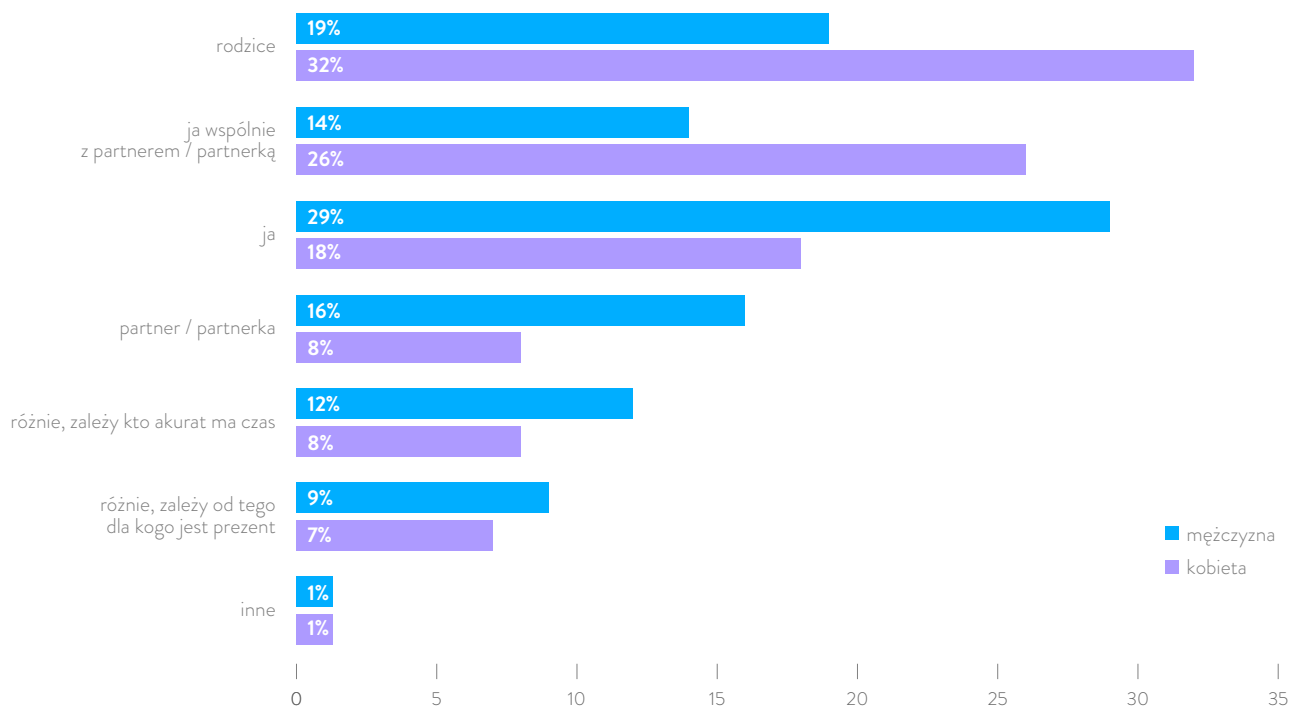
Wykres 38: Kto w Twoim gospodarstwie domowym najczęściej kupuje prezenty?, N=1411, badani, których bliscy kupują prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Kto kupuje prezenty

Wykres 39: Kto w Twoim gospodarstwie domowym najczęściej kupuje prezenty? (wg płci), N=1411, badani, których bliscy kupują prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

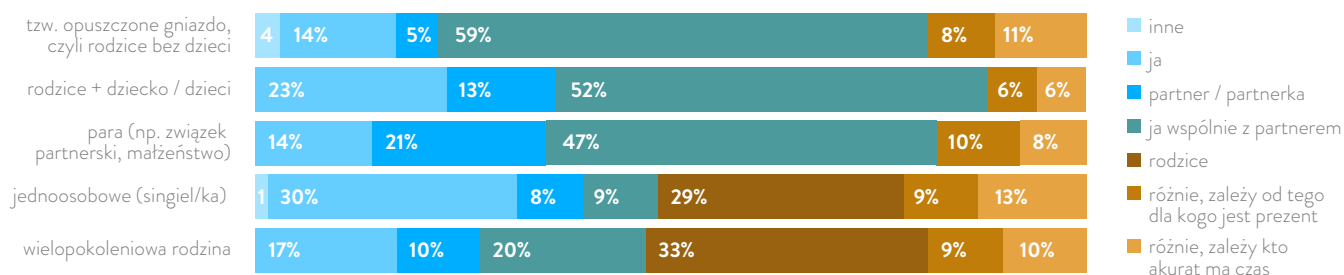




Prezentowa sieć zakupowa

Ciekawa obserwacja dotyczy tego, kto kupuje najczęściej prezenty w zależności od statusu gospodarstwa domowego. Przyglądając się takim gospodarstwom, gdzie są przynajmniej dwie osoby decyzyjne oraz gospodarstwom singli, możemy zobaczyć, że największa specjalizacja czyli kupowanie prezentów przez jedną osobę stałą lub w zależności od prezentu albo posiadanego akurat wolnego czasu, występuje w związkach bez dzieci. Bardzo często samodzielnie prezenty kupują też single (nie ma w tej grupie wdowców ani rozwodników) ale, co ciekawe, te osoby bardzo często wskazują również, że prezenty w ich gospodarstwie domowym kupują rodzice. Jest to o tyle ciekawa obserwacja, że pytanie dotyczyło zakupów w naszym gospodarstwie domowym, czyli wygląda na to, że osoby młode mimo, że określają się jako single i często zaczynają już nieformalne związki, dalej traktują rodziców jako część gospodarstwa domowego.

Wykres 40: Kto w Twoim gospodarstwie domowym najczęściej kupuje prezenty? (wg statusu gospodarstwa domowego), N=1411, badani, których bliscy kupują prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



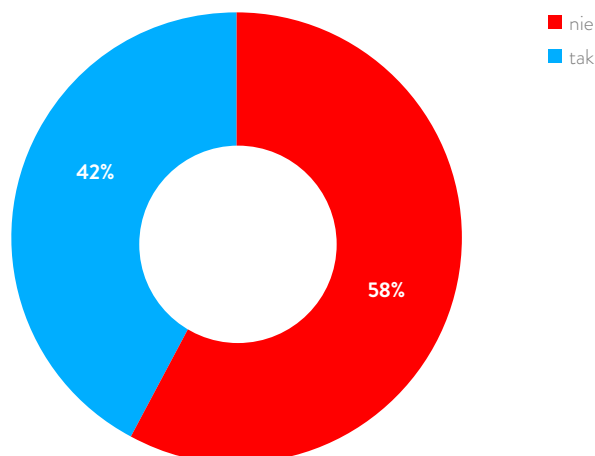


Budżet prezentowy

Wydatki (nie)planowane

Skoro wiemy już kto kupuje prezenty, przejdźmy dalej, a mianowicie do prezentowych budżetów domowych. Biorąc pod uwagę fakt, że często w Polsce narzeka się na to, jakie trudne mamy czasy i jak mało zarabiamy, nieco dziwi fakt, że tylko 42% z nas ma określony i zaplanowany budżet na prezenty. Ci, którzy budżet taki posiadają, planują wydać na prezenty średnio 598 zł. W sumie natomiast, planujemy wydać na święta 1282 zł* (o 11% więcej niż w zeszłym roku). Częściej wydatki prezentowe planują i budżetują kobiety (+10 p.p. przewagi). Jest to zapewne związane z tym, że kobiety częściej aktywnie i samodzielnie robią prezenty. Najrzadziej budżet prezentowy posiadają osoby w wieku 45-54 lata, a najczęściej osoby młode – w wieku 15-18 lat i 25-34 lata. Jeśli chodzi o lokalizację, najczęściej budżet świąteczny prowadzą osoby mieszkające na wsi (52%). Można zaobserwować prawidłowość, że im większe miasto, tym rzadziej badani mają budżet prezentowy. Wyjątkiem są małe miasteczka do 20 tys. mieszkańców, gdzie tylko 25% osób wskazuje, że taki budżet posiada. z jednej zatem strony fakt prowadzenia budżetu prezentowego może być związany ze świadomym zarządzaniem i planowaniem finansowym, a z drugiej – z małymi środkami jakie na prezenty mamy i to wymusza na nas dokładniejsze planowanie.

Wykres 41: Czy masz wyznaczony budżet na prezenty świąteczne?, N=1107 badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



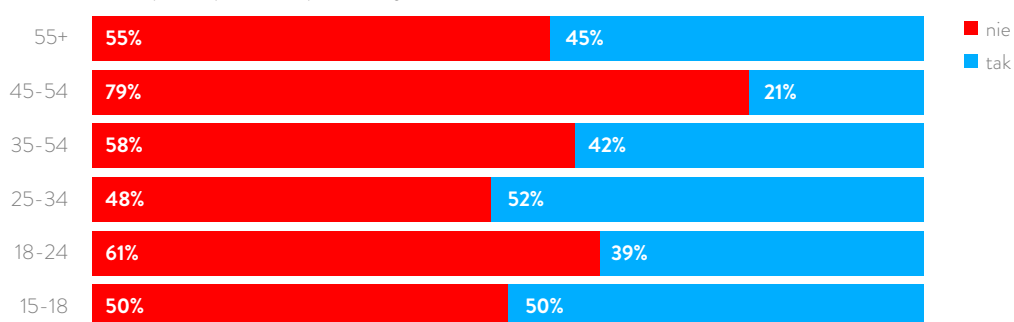


Budżet prezentowy

Wykres 42: Czy masz wyznaczony budżet na prezenty świąteczne? (wg płci), N=1107 badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

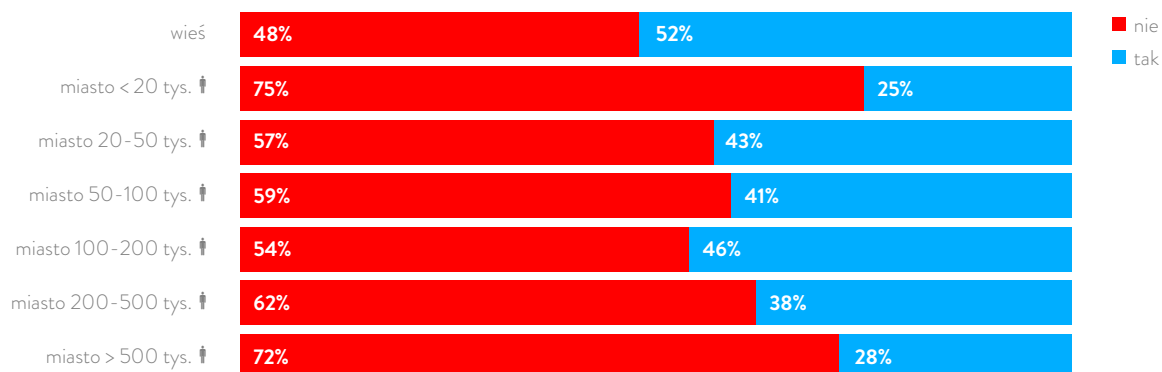


Wykres 43: Czy masz wyznaczony budżet na prezenty świąteczne? (wg wieku), N=1107 badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Wykres 44: Czy masz wyznaczony budżet na prezenty świąteczne? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107 badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Budżet na prezenty świąteczne wyznacza 42% Polaków. Dużo to czy mało w kontekście tego, że zwykle twierdzimy, że czasy nie są lekkie i nie jesteśmy najbogatszym społeczeństwem?



Ewa Kaczorkiewicz

Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię
indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

No tak, z doświadczenia wiem, że regularnie kontrolowany budżet domowy, uwzględniający specjalne wydatki z okazji świąt czy wakacji, daje w codziennym życiu ogromny spokój. Wydaje mi się, że 42% to niewiele, ale Polacy jako społeczeństwo chyba wciąż dopiero uczą się zarządzania finansami domowymi, może więc 42% to całkiem niezły wynik?



Dorota Minta

Psycholog, doradca
rozwoju osobistego
www.dorotaminta.pl

”

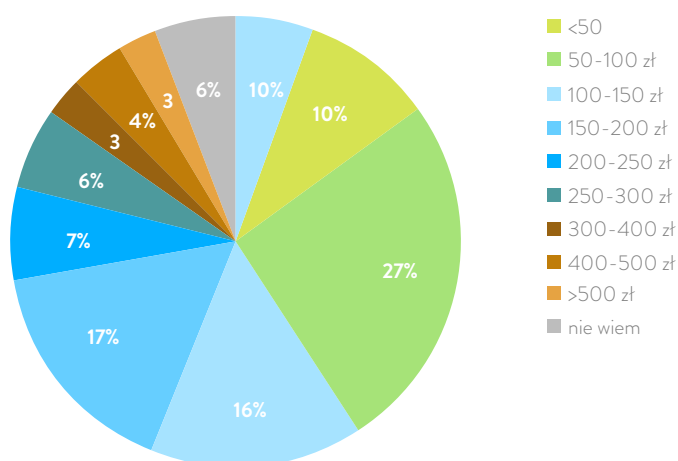
Generalnie my Polacy z budżetem słabo stoimy. Te liczby pewnie podobnie wyglądają, jeśli weźmiemy pod uwagę prowadzenie budżetu w ogóle w jakimkolwiek miesiącu. Przy okazji świąt to też w pewnym stopniu efekt nieobcej nam postawy „postaw się a zastaw się”. Niezależnie od sytuacji wydajemy na prezenty całkiem spore kwoty. Często wynika to z naszej chęci, żeby pokazać innym, że potrafimy, że nas stać. Z drugiej strony, często też te kwoty wynikają z braku namysłu. Większość z nas kupuje jednak w ostatniej chwili, a więc impulsowo, bez odpowiedniej analizy i, efektem tego, za drogo. W takiej chwili akceptujemy to jednak. Łatwiej jest przecież powiększyć wartość prezentu pieniędzmi niż namysłem.



Za stówkę

Wiemy już jaki mamy budżet prezentowy, pora zapytać ile średnio wydajemy na upominki. Okazuje się, że najczęściej przeznaczamy na prezent między 50 zł a 100 zł. Kolejne dwa najczęstsze wskazania to 100-150 zł i 150-200 zł. Sumarycznie wymienione kwoty stanowią 60% wskazań. Prezenty o średniej wartości poniżej 50 zł kupuje 10% Polaków, a powyżej 500 zł 3%. Warto zauważyć, że kobiety kupują więcej prezentów ale droższe prezenty kupują mężczyźni. Średnia wartość prezentu na poziomie 150-200 zł to faktyczny średni wydatek na prezent aż 22% panów (w porównaniu do 10% kobiet). Co ciekawe, pomimo, że starsze osoby deklarują najczęściej, że prezent powinien być tylko symboliczny (o tym szerzej w rozdziale Prezenty świąteczne), to one najrzadziej wskazują na najniższe wydawane kwoty na prezent czyli poniżej 50 zł i 50-100 zł. Najmniej o średnich kwotach wydawanych przez siebie na prezenty wiedzą osoby w wieku 45-54 lata, ale też i one najrzadziej prowadzą świąteczny budżet. Najmniej średnio na prezenty planują przeznaczyć mieszkańcy wsi, ale i dużych miast. Najhojniejsi statystycznie będą mieszkańcy średnich miast.

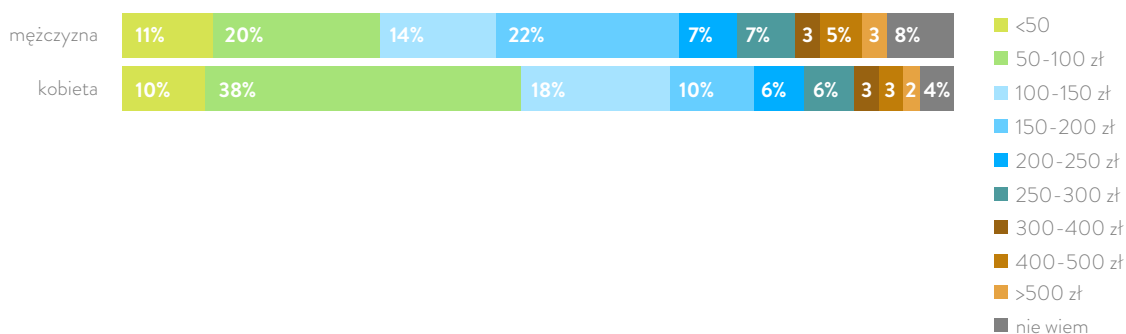
Wykres 45: Ile planujesz średnio wydać na prezent?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



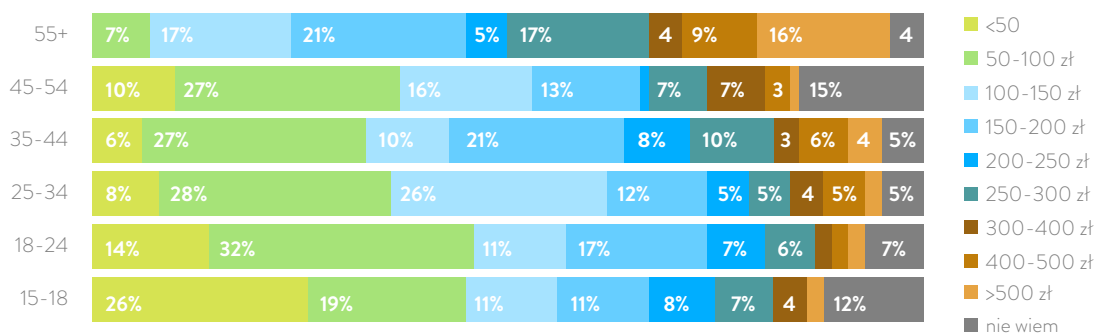


Budżet prezentowy

Wykres 46: Ile planujesz średnio wydać na prezent? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

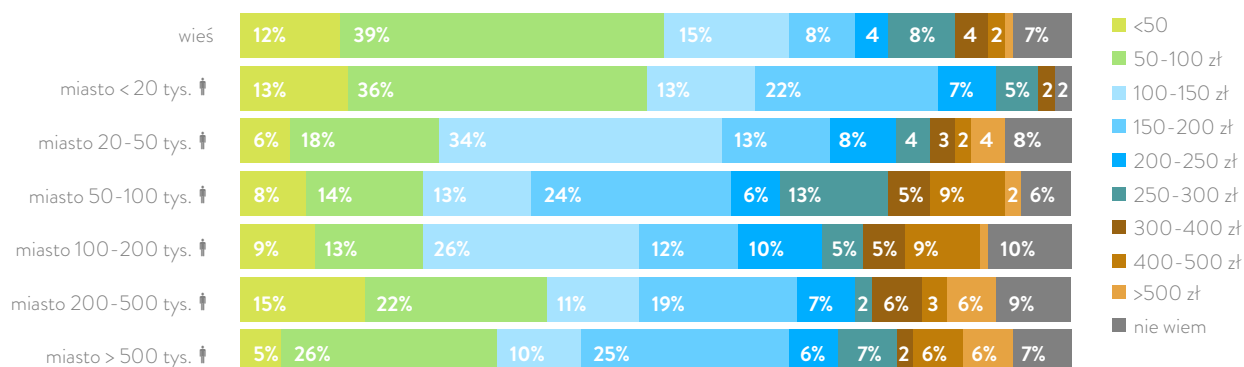


Wykres 47: Ile planujesz średnio wydać na prezent? (wg wieku), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Wykres 48: Ile planujesz średnio wydać na prezent? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

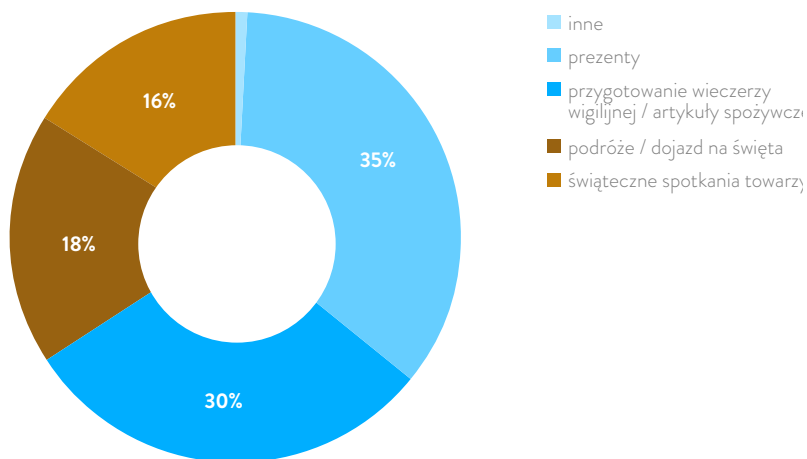




Prezenty moje wy najdroższe

Najwięcej środków w ramach wszystkich wydatków świątecznych pochłoną Polakom jak co roku prezenty. Według corocznego raportu KPMG* w 2014 roku stanowiły one nieco ponad 40% w budżecie świątecznym, według najświeższego raportu Deloitte w tym roku będzie to dokładnie 44%. 35% spośród 1667 zbadanych przez nas Polaków prowadzących budżet świąteczny deklaruje również, że będzie to największy kawałek ich świątecznego budżetu. Dla 30% takim największym wydatkiem będzie przygotowanie wieczerzy wigilijnej, dla 18% dojazd na święta lub związane ze świętami podróże, a dla 16% świąteczne spotkania towarzyskie.

Wykres 49: Który z elementów będzie stanowił u Ciebie najwyższy wydatek w budżecie świątecznym?, N=476, badani prowadzący budżet prezentowy, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



* źródło: Raport „Zimowe plany i wydatki Polaków, KPMG, grudzień 2014,

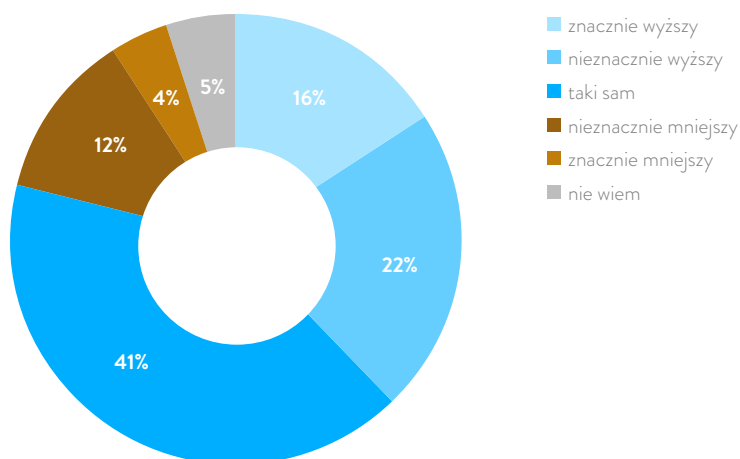
* źródło: Raport „Zakupy świąteczne, Deloitte, grudzień 2015, 18-sta edycja dla Europy,



Świąteczna stabilizacja

Parząc na wyniki wielu badań (m.in. cyklicznych Deloitte i KPMG) w zakresie tego, ile wydajemy co roku na prezenty świąteczne i święta, widać, że ten budżet, niezależnie od koniunktury, jest na podobnym poziomie. Faktycznie, Polacy deklaratorywnie w tym roku także twierdzą, że tak pozostanie. 41% osób prowadzących budżet świąteczny jest zdania, że ich wydatki prezentowe utrzymają się na tym samym poziomie, co w 2014 roku. Kolejne 26% twierdzi, że nieznacznie się zmienią w górę lub w dół. Tylko 20% przewiduje znaczne zmiany, przy czym 16% (a 80% przewidujących takie zmiany) twierdzi, że budżet prezentowy będzie jednak większy. Wygląda zatem na to, że niezależnie od sytuacji gospodarczej i nastrojów społecznych, budżet świąteczny pozostaje na stabilnym, niezagrażonym poziomie. Poświęcenie, nieostrożność czy optymizm? Ocenę pozostawiamy Państwu.

Wykres 50: Jaki będzie Twój budżet prezentowy w stosunku do zeszłego roku?, N=476, badani prowadzący budżet prezentowy, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



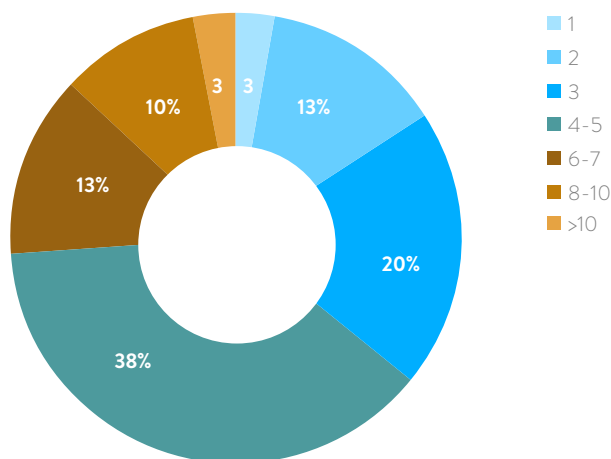


Komu kupujemy prezenty

Obdarowywanie z rozmachem

Zabudżetowani, czy nie, kupujemy prezenty wielu osobom. Najczęściej jest to 4-5 osób. Jednej osobie kupuje prezent na święta tylko 3% badanych. Również 3% kupuje prezenty ponad 10 osobom, ale już ponad 8 – 13%, a ponad 5 – 26%. Kobiety kupują prezenty większej liczbie osób niż mężczyźni. Jeśli zaś patrzymy na to, ilu osobom kupujemy prezenty w zależności od wieku, okazuje się, że najwięcej podarków sprawiają bliskim osoby najstarsze i najmłodsze. Ta pierwsza grupa kupuje przeważnie prezenty wszystkim dzieciom i wnukom. Oczywiście, są to często prezenty drobniejsze, a czasem po prostu symboliczne, zgodnie z możliwościami finansowymi. Młode osoby z kolei często prezentami obdarowują również znajomych. Patrząc natomiast na miejsce zamieszkania kupujących prezenty, najbardziej hojnie pod kątem liczby obdarowywanych osób okazują się mieszkańcy wsi i większych miast. Najmniej osób obdarowują mieszkańcy małych miasteczek.

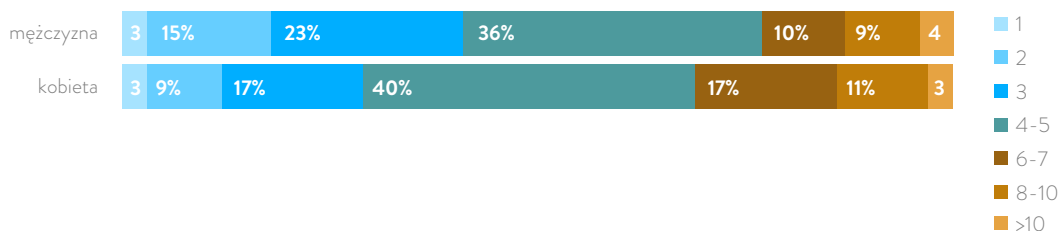
Wykres 51: Ilu osobom zwykle kupujesz prezenty?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



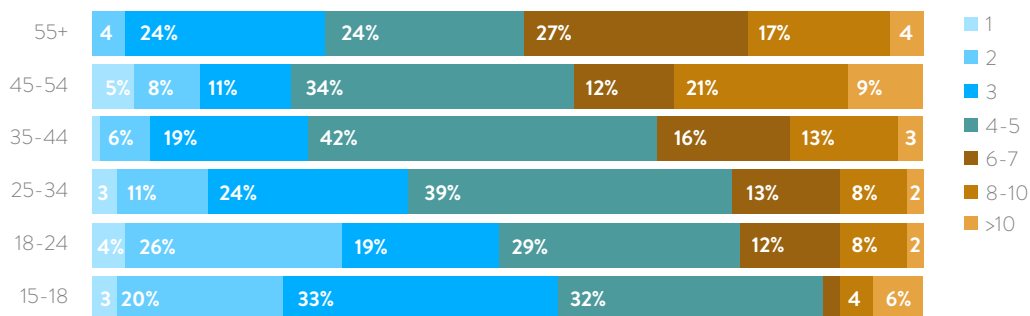


Komu kupujemy prezenty

Wykres 52: Ilu osobom zwykle kupujesz prezenty? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



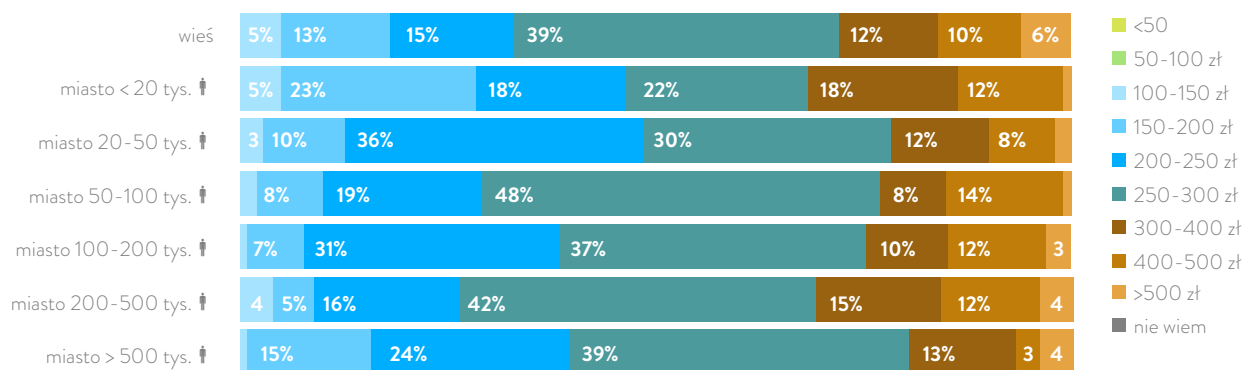
Wykres 53: Ilu osobom zwykle kupujesz prezenty? (wg wieku), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Komu kupujemy prezenty

Wykres 54: Ilu osobom zwykle kupujesz prezenty? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



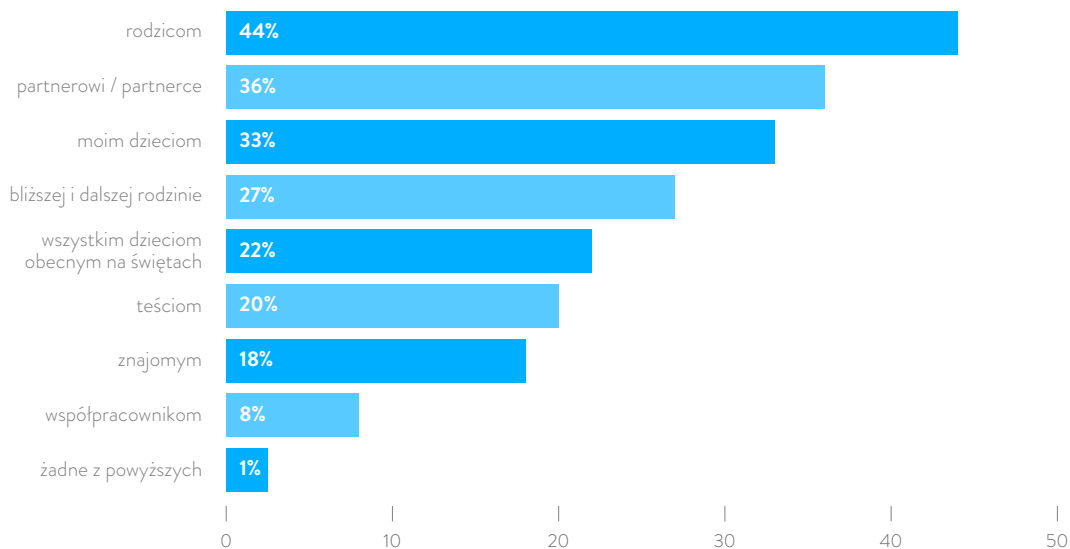


Komu kupujemy prezenty

Blizsi i dalsi, wszyscy obdarowani

Średnio Polacy wskazują dwa typy obdarowywanych osób. Najczęściej są to rodzice i nasz partner życiowy. Obdarowujemy jednak nie tylko najbliższą rodzinę. Jak się okazuje, bliższej i dalszej rodzinie prezenty kupuje 27% Polaków, a znajomym i współpracownikom odpowiednio 18% i 8%.

Wykres 55: Komu zwykle kupujesz prezenty?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



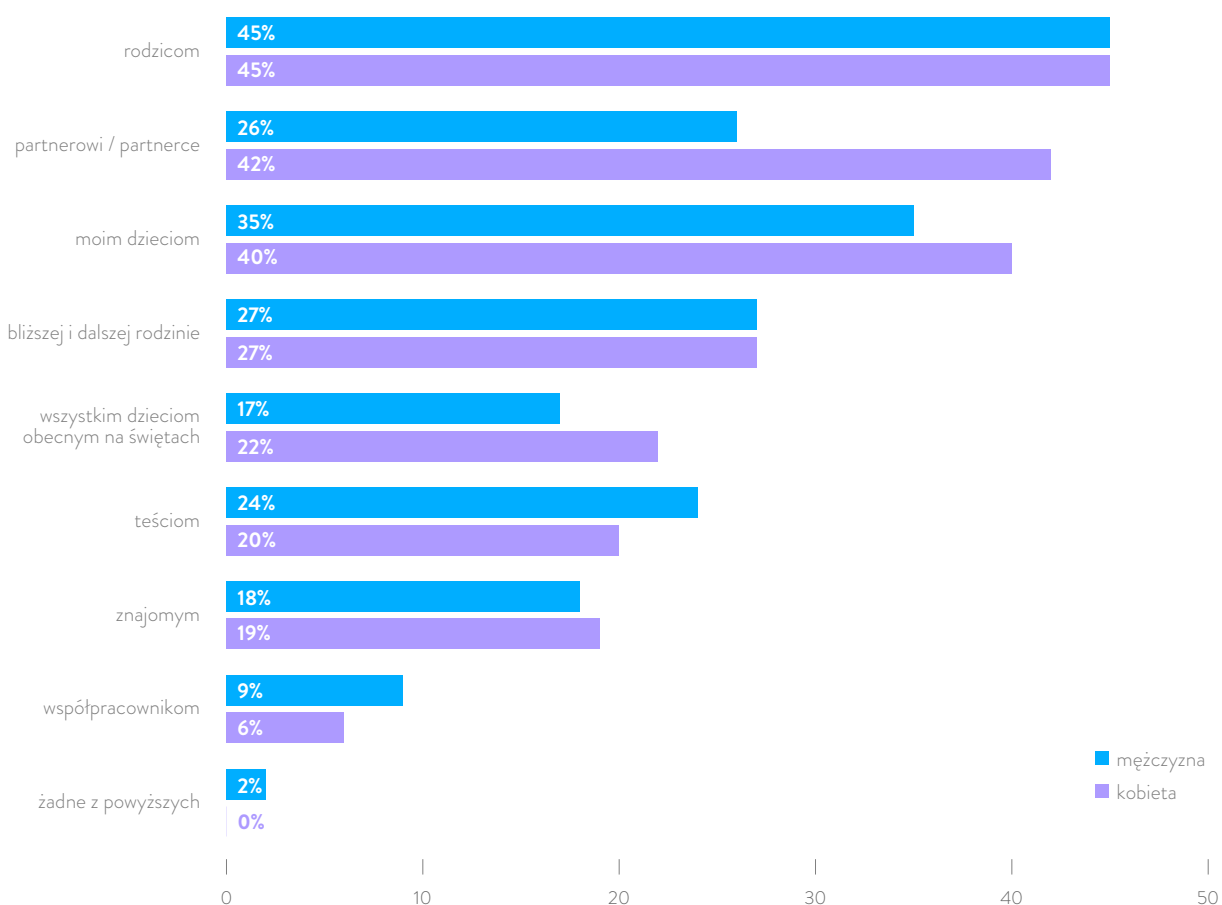


Komu kupujemy prezenty

Hojne kobiety

Kobiety częściej (+16 p.p.) wskazują, że kupują upominki świąteczne dzieciom, zapewne w związku z tym, że również częściej kupują po prostu większość prezentów samodzielnie. Jednocześnie, kobiety także częściej kupują prezenty partnerowi niż panowie (+ 5 p.p. przewagi). Wygląda zatem na to, że albo częściowo panie wybierają i kupują same sobie prezenty pod choinkę, albo rzadziej je dostają.

Wykres 56: Komu zwykle kupujesz prezenty? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



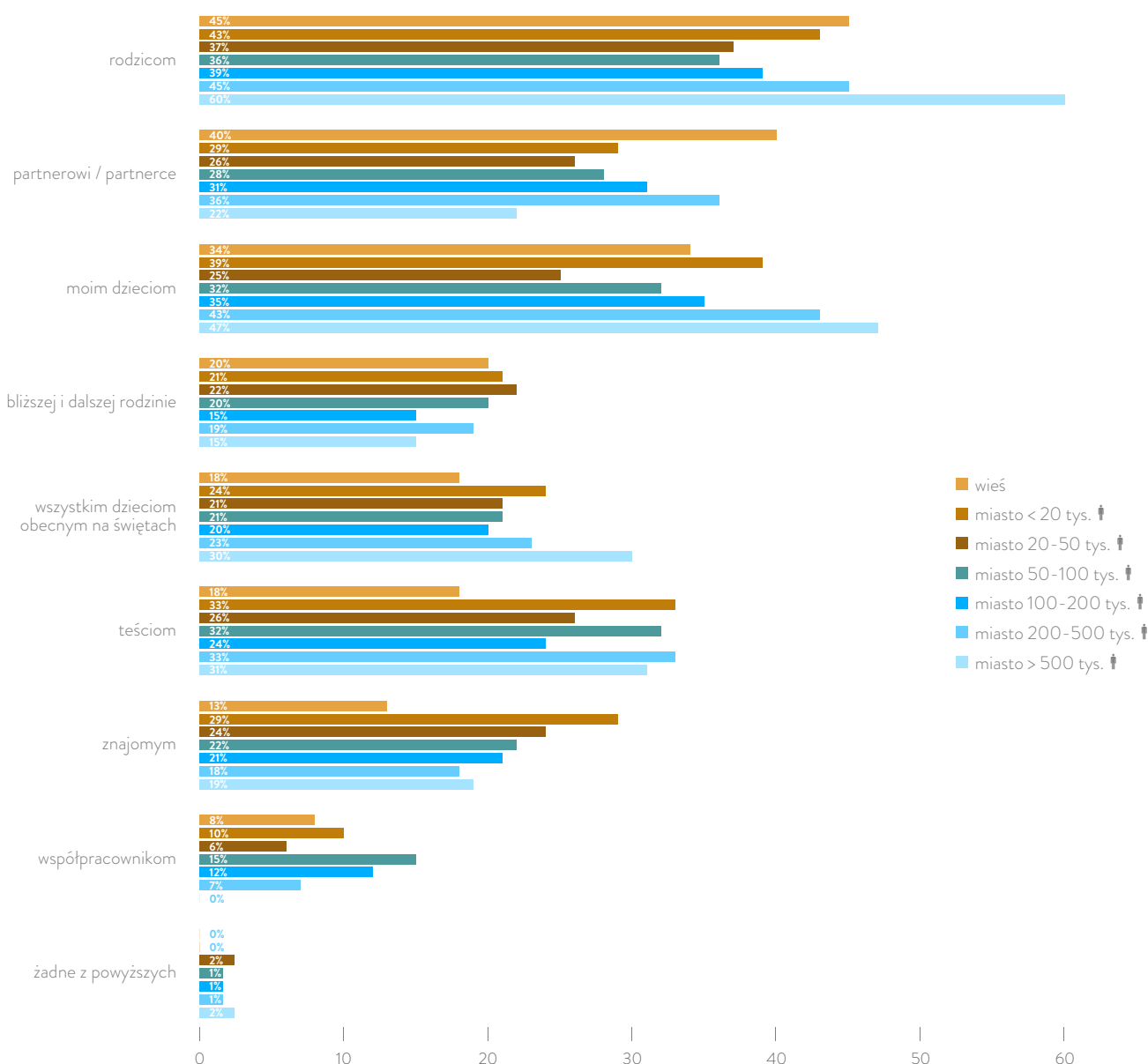


Komu kupujemy prezenty

Różna lokalizacja, różne grupy obdarowanych

Ciekawa jest też obserwacja, komu kupujemy prezenty w zależności od wielkości miejsca zamieszkania. Okazuje się, że najchętniej innych obdarowują na święta mieszkańcy największych miast, ale nie wszystkich – współpracownicy to grupa, która od mieszkańców największych miast nie otrzyma żadnego prezentu. Wszędzie, poza dużymi miastami, zostaną oni obdarowani. Być może jest to związane z tym, że mieszkańcy miast pow. 500 tys. mieszkańców znacznie częściej zmieniają pracę i nie budują na tyle silnych więzi pracowniczych aby wręczyć komuś prezent albo też zjawisko wspólnych firmowych wyjść wigilijnych, popularnych w dużych miastach, czy też paczek prezentowych w większych firmach, zastąpiło częściowo tę samodzielną inicjatywę. Mieszkańcy wsi natomiast najrzadziej kupią prezent znajomym oraz wszystkim z bliższej i dalszej rodziny.

Wykres 57: Komu zwykle kupujesz prezenty? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



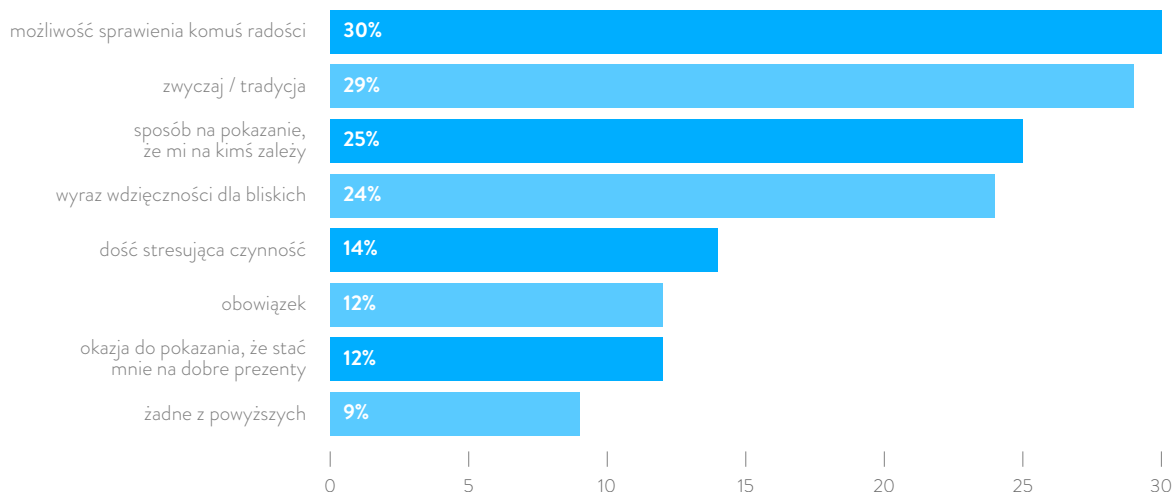


Proces zakupowy

Kupowanie dedykowane bliskim

Wiemy już komu i za ile kupujemy prezenty, to przejdźmy teraz do samego procesu kupowania. Okazuje się, że kupowanie oznacza dla Polaków wiele rzeczy. Przede wszystkim jest to możliwość sprawienia radości bliskim (30% wskazań), ale także tradycja (29%) i sposób na pokazanie, że nam na kimś zależy (25%). To trzy najpopularniejsze odpowiedzi. Generalnie, ponad 60% wskazań dotyczących skojarzeń z kupowaniem prezentów dotyczy naszych bliskich i sprawienia im radości, okazania wdzięczności lub pokazania, że są dla nas ważni. Spora część z badanych wskazuje także na to, że kupowanie podarunków to dla nich stres (14%) i obowiązek (12%). W sumie tak traktuje zakupy prezentów 21% badanych. Jest to nieco mniej niż w 2013 roku*, kiedy co czwarty Polak wskazał, że jest dość zestresowany zakupami świątecznymi, a przede wszystkim zaniepokojony, że nie wie, co bliskim kupić. 12% z nas jest zdania, że zakup odpowiednich prezentów pozwala im pokazać, że ich na dobre podarunki po prostu stać.

Wykres 58: Kupowanie prezentów to dla mnie..., N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

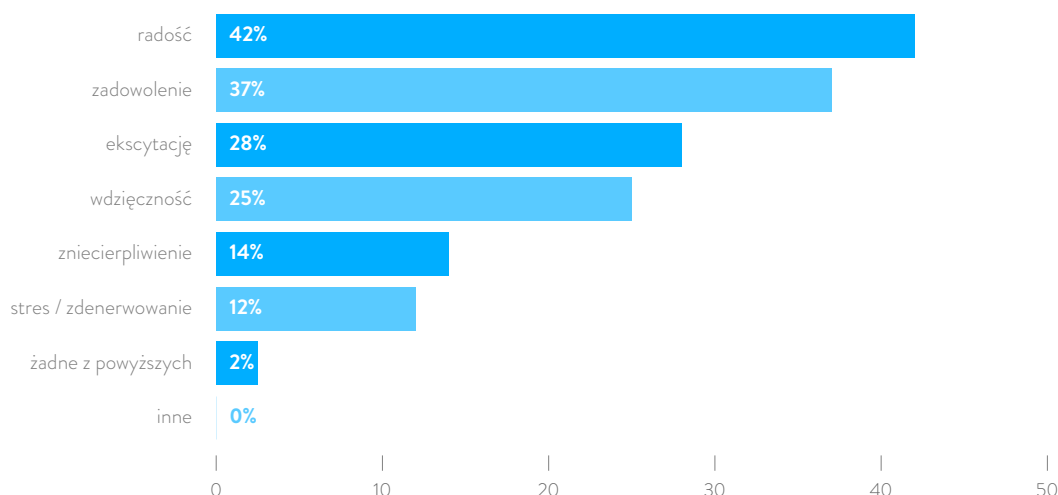




Emocje na zakupach

Zakupy prezentów to, jak już wiadomo, dość angażująca, ale i emocjonująca czynność. Najczęściej z zakupami prezentowymi związane są emocje pozytywne, jak radość (42% wskazań) i zadowolenie (37%), ekscytacja (28%), czy wdzięczność (25%). Jednakże część Polaków odczuwa też w związku z procesem kupowania świątecznych prezentów zniecierpliwienie (14%) i stres bądź zdenerwowanie (12%). Co ciekawe, wygląda na to, że mężczyźni nieco bardziej emocjonalnie podchodzą do zakupów prezentów świątecznych, a przynajmniej ten proces więcej emocji w nich wywołuje. Częściej wskazują na każdą z zaproponowanych w badaniu emocji, zarówno na te pozytywne, jak i te związane ze stresem i zniecierpliwieniem.

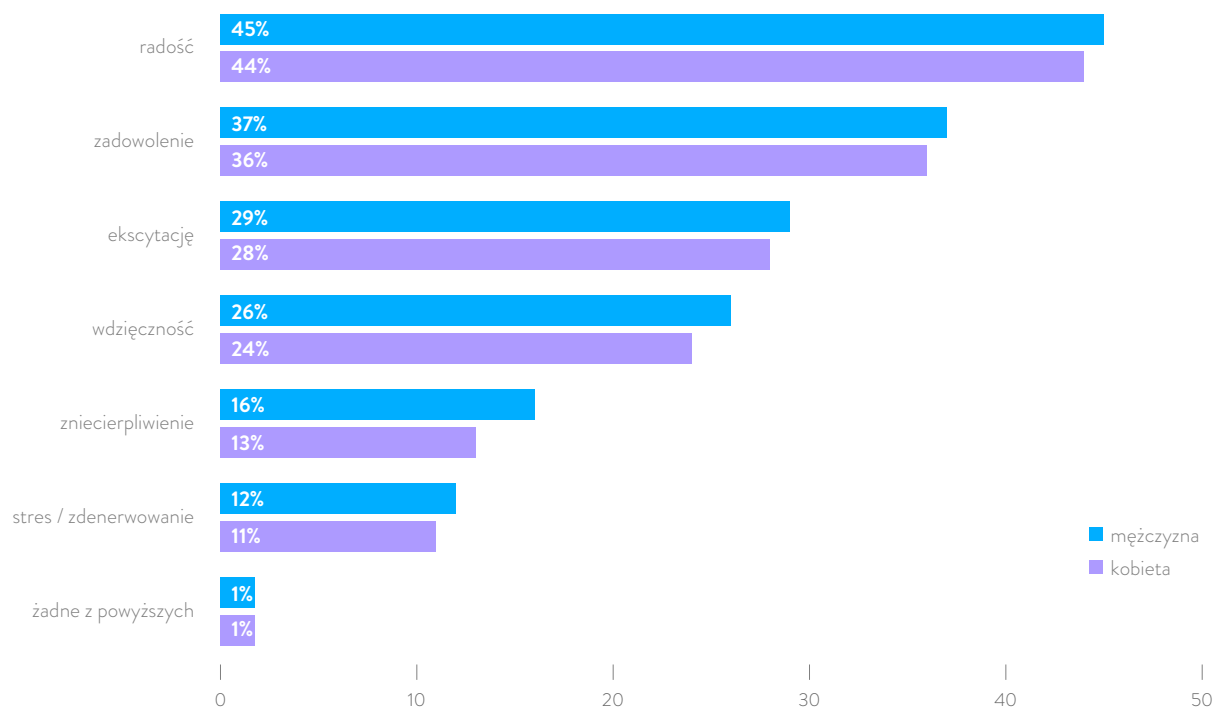
Wykres 59: Jakie emocje wywołuje w Tobie kupowanie prezentów?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Proces zakupowy

Wykres 60: Jakie emocje wywołuje w Tobie kupowanie prezentów? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

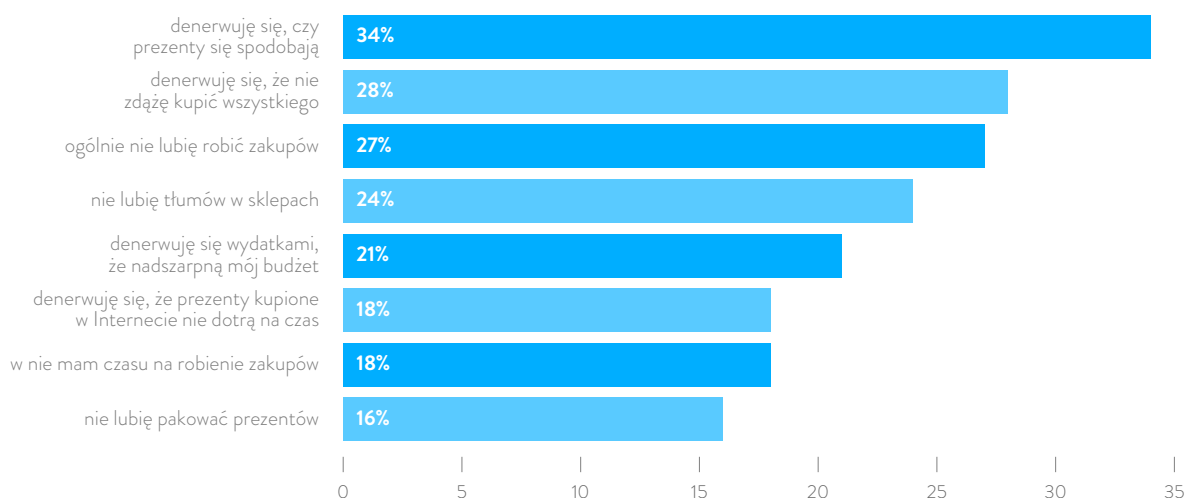




Emocje na zakupach

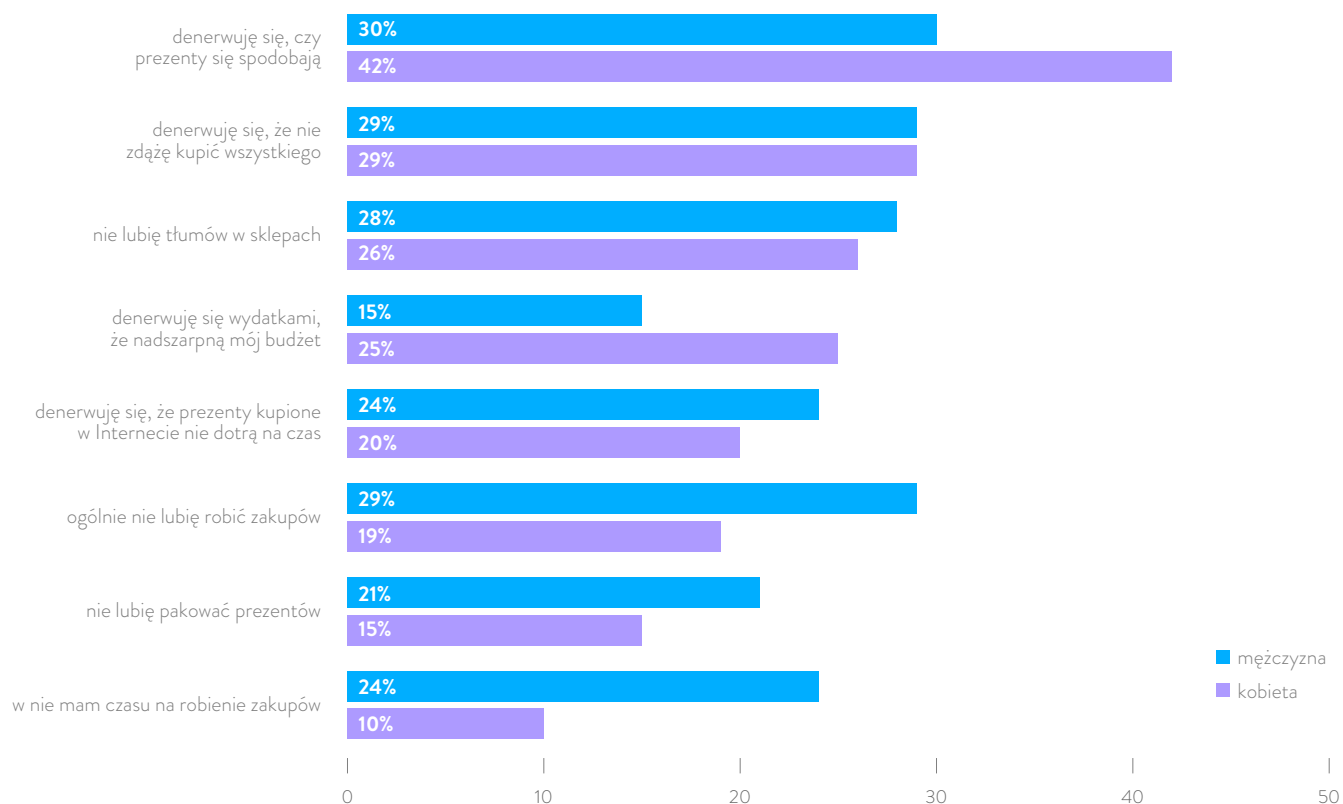
Osoby, które stresują się zakupami świątecznymi, wskazują średnio dwa czynniki, które ten stres powodują. Przede wszystkim Polacy stresują się tym, czy dany prezent spodoba się obdarowywanej osobie. Na tę przyczynę wskazuje 34% osób zdenerwowanych z powodu zakupów prezentów. Dalsze wskazanie to lęk, czy zdążymy kupić wszystko w terminie. 27% osób odczuwających stres w związku z zakupami po prostu zakupów nie lubi. 24% nie lubi również tłumów w sklepach, tu rozwiązaniem zapewne stają się coraz popularniejsze zakupy internetowe. Finanse i wydatki związane z prezentami spędzają sen z powiek 21% osób zestresowanych zakupami prezentów świątecznych. Co ciekawe, możemy zaobserwować dość duże zróżnicowanie czynników stresogennych wpływających na kobiety i mężczyzn. Mężczyźni wskazują tych czynników przede wszystkim jednak nieco więcej – 2,1 vs 1,8 w przypadku kobiet. Znacznie częściej niż kobiety twierdzą, że po prostu nie lubią zakupów (+ 10 p.p.) i, że nie mają czasu na robienie zakupów (+ 14 p.p.). Rzadziej natomiast deklarują, że denerwują się budżetem (-10 p.p.) i tym, czy prezent się spodoba (-13 p.p.).

Wykres 61: Co Cię stresuje w zakupach świątecznych? Które z określić Cię dotyczą?, N=162, badani zestresowani zakupami prezentów, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Wykres 62: Co Cię stresuje w zakupach świątecznych? Które z określeń Cię dotyczą? (wg płci), N=162, badani zestresowani zakupami prezentów, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

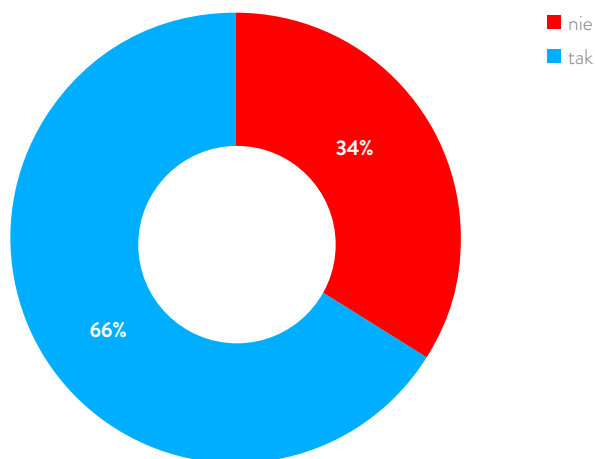




Atmosfera na zakupach

Widać, że Polacy bardzo emocjonalnie podchodzą do zakupów świątecznych. Dodatkowo potwierdza to fakt, że dla 66% niebagatelne znaczenie ma również świąteczna atmosfera zakupów. Częściej zgadzają się z tym stwierdzeniem kobiety (78% wskazań), ale warto podkreślić, że 59% mężczyzn również zauważa i docenia ten element. Im osoba młodsza, tym częściej ważna jest dla niej wspomniana, świąteczna atmosfera zakupów. Czynnikiem ten, jako istotny podczas zakupów wskazuje 85% osób w wieku 15-18 lat i 66% osób w grupie najstarszej 55+. Również osoby mieszkające na wsi i w małych miastach częściej dostrzegają atmosferę świąteczną. Co ciekawe, atmosfera świąteczna podczas zakupów prezentów jest bardzo ważna również dla osób, które wszystkie prezenty kupują już w sieci (77% wskazań).

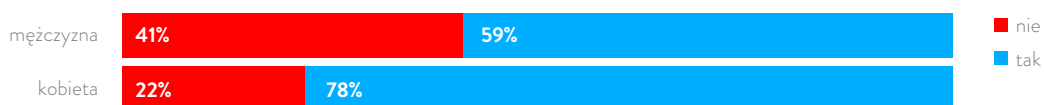
Wykres 63: Czy ważna jest dla Ciebie świąteczna atmosfera zakupów?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



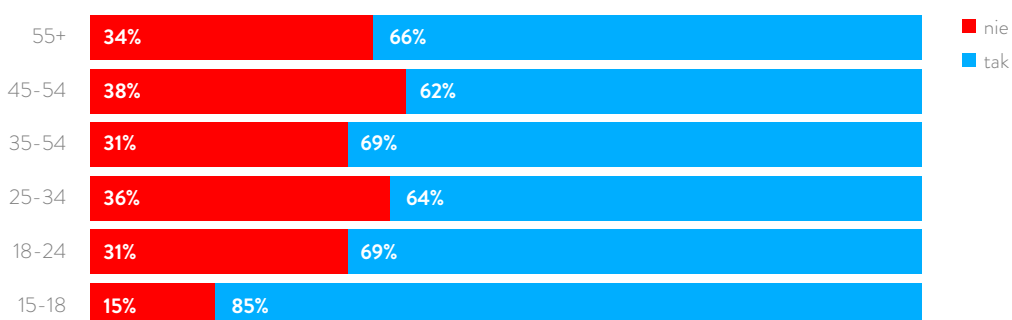


Proces zakupowy

Wykres 64: Czy ważna jest dla Ciebie świąteczna atmosfera zakupów? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

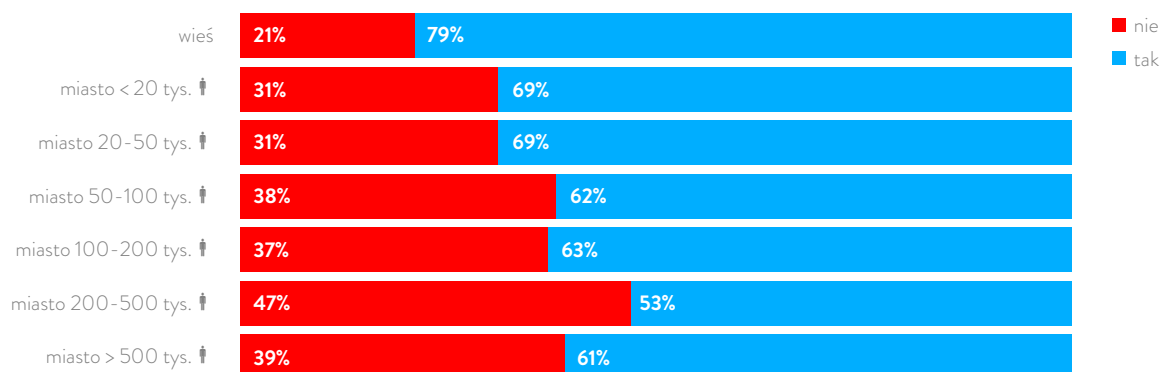


Wykres 65: Czy ważna jest dla Ciebie świąteczna atmosfera zakupów? (wg wieku), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

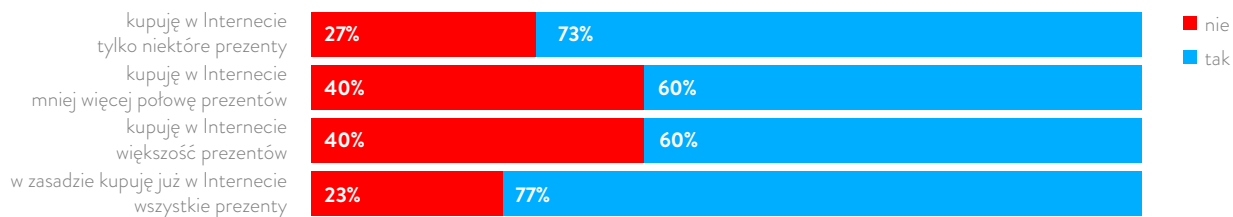




Wykres 66: Czy ważna jest dla Ciebie świąteczna atmosfera zakupów? (wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 67: Czy ważna jest dla Ciebie świąteczna atmosfera zakupów? (wg poziomu zaawansowania e-commerce), N=651, badani kupujący prezenty w Internecie, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

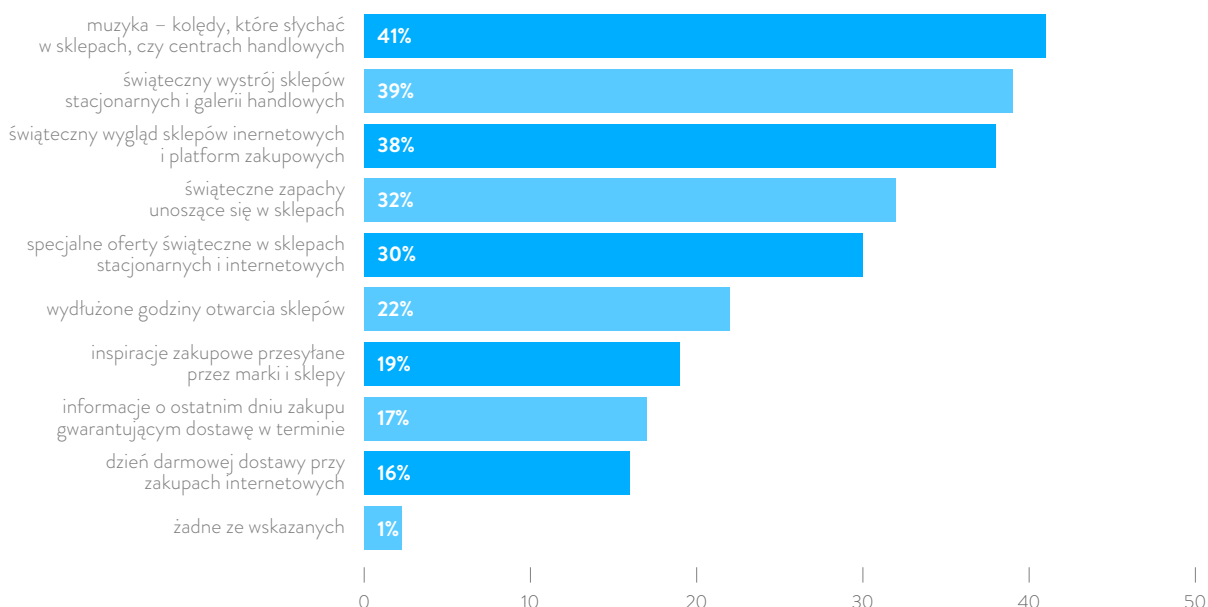




E-atmosfera

Okazuje się, że atmosferę świątecznych zakupów można zbudować nie tylko w galeriach handlowych, chociaż one zdecydowanie tu przodują, ale także w sieci. 38% osób kupujących prezenty twierdzi, że atmosferę świąteczną buduje świąteczny wygląd sklepów internetowych i platform zakupowych. Specjalne oferty, także online, przemawiają w tym zakresie do 30% osób. Doceniamy także (19%) inspiracje prezentowe przesyłane przez sklepy mailowo, informacje o ostatnich dniach gwarantujących dostawę prezentów w terminie, a także takie eventy jak darmowy dzień dostawy w Internecie. Wszystko to buduje według Polaków odpowiedni nastrój zakupowy.

Wykres 68: Co buduje świąteczną atmosferę zakupów?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

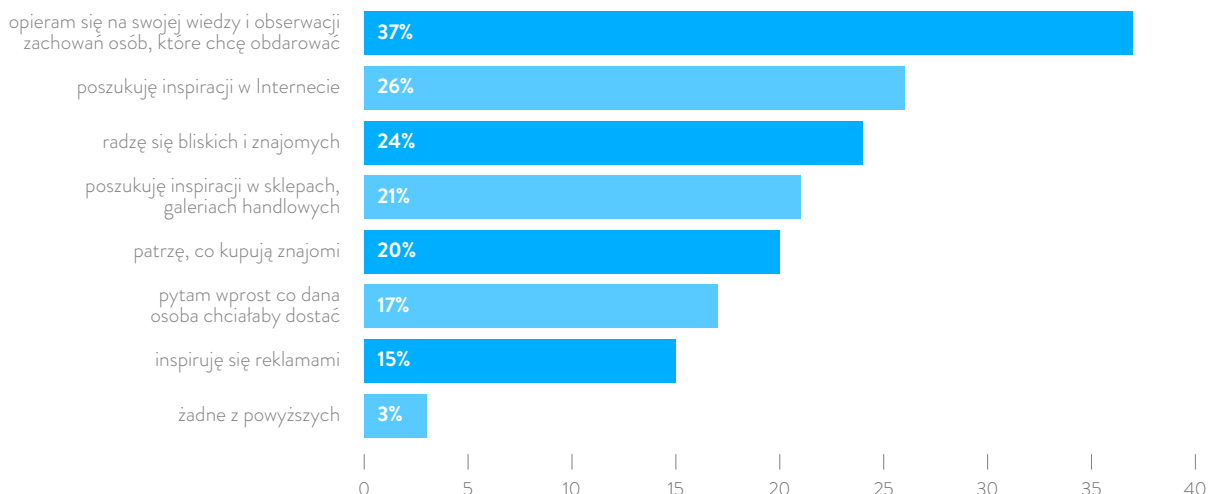




Inspiracje świąteczne

Tylko 3% osób kupujących świąteczne prezenty nie korzysta z żadnych źródeł inspiracji w tym zakresie. Dla największej liczby Polaków podstawowym źródłem inspiracji są więź i wiedza o osobie obdarowywanej. Ten sposób wykorzystuje zwykle 37% osób. Następnym w kolejności źródłem inspiracji okazał się Internet. To w sieci 26% Polaków poszukuje pomysłów na prezenty. Opnie bliskich i znajomych pomagają dokonać wyboru 24% Polaków, a przechadzka po galeriach handlowych 21%. Wygląda zatem na to, że Internet prześcignął już galerie i sklepy stacjonarne na tym bardzo istotnym etapie świątecznych zakupów – inspiracji zakupowej. Wprost o życzeniach zakupowych z obdarowywanymi rozmawia wciąż tylko 16% osób. Jest to zapewne związane z faktem, że jednak lubimy otrzymywać prezenty-niespodzianki albo traktujemy zakup odpowiedniego prezentu jako okazję, żeby się i nieco wykazać i udowodnić, że potrafimy sprawić bliskiej osobie przyjemność.

Wykres 69: W jaki sposób poszukujesz inspiracji do zakupu prezentów?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

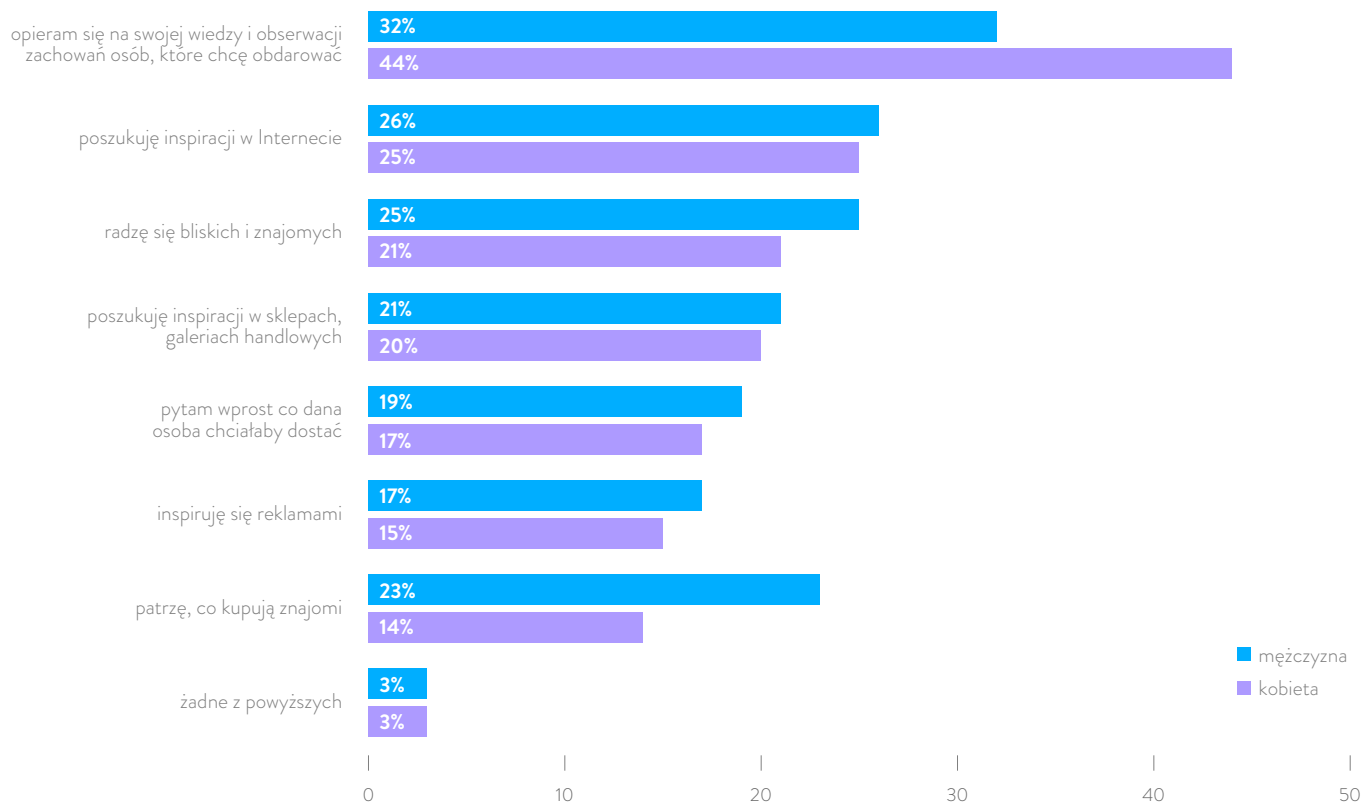




Mężczyźni na konsultacjach zakupowych

Okazuje się, że kobiety i mężczyźni wykorzystują różne źródła inspiracji, choć ich ogólna liczba jest podobna niezależnie od płci – 1,6. Mężczyźni znacznie rzadziej opierają się na tym podstawowym czynniku, jakim jest więź i znajomość z osobą obdarowywaną, a więc własna wiedza o osobie obdarowywanej i obserwacja tej osoby. Tu kobiety mają 11 p.p. przewagi nad mężczyznami. Natomiast wszystkie pozostałe źródła inspiracji mężczyźni eksploatują bardziej. W szczególności są to bliscy i znajomi – pyta ich o zdanie 25% mężczyzn, a podpatruje, co kupują – 23%.

Wykres 70: W jaki sposób poszukujesz inspiracji do zakupu prezentów? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

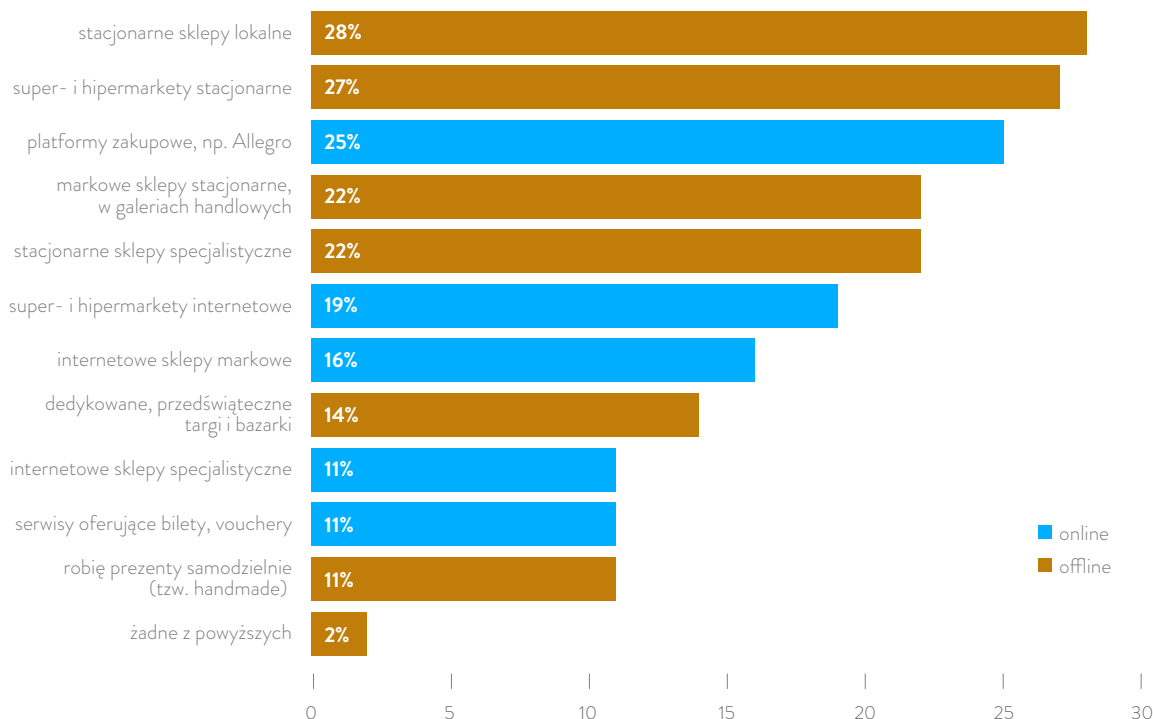




Blisko od domu i na kliknięcie

Skoro już przeszliśmy etap inspiracji i konsultacji zakupowych, pora na realne zakupy. Polacy wybiorą się na nie średnio w dwa typy miejsc. Najczęściej są to stacjonarne sklepy lokalne (28% wskazań) i super- i hipermarkety stacjonarne (27%). Na podium, jeśli chodzi o miejsca zakupowe znalazła się też platforma zakupowa Allegro, gdzie swoje kroki, czy też kliki, kieruje zwykle ¼ Polaków kupujących prezenty na święta. W sumie w sieci zakupy świąteczne zrobi 62% Polaków kupujących prezenty. Warto też podkreślić, że pytanie dotyczyło tego gdzie zwykle kupujemy prezenty świąteczne, a nie gdzie „zdarza nam się” je kupować, a więc te 62% e-kupujących wśród Polaków to stali bywalcy internetowych platform i e-sklepów podczas świątecznych zakupów.

Wykres 71: Gdzie zwykle kupujesz prezenty?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Mężczyźni, kupując prezenty, kierują się rzadziej wiedzą o obdarowywanej osobie, a częściej wszystkimi innymi źródłami inspiracji, radzą się i podpatrują znajomych, szukają porad i opinii w Internecie. Jednocześnie, zakupy świąteczne bardziej ich stresują...



Dorota Minta
Psycholog, doradca
rozwoju osobistego
www.dorotaminta.pl

”

To wynika z tego, że kobiety często przyjmują postawę oceniającą wobec mężczyzn. Dodatkowo, prezenty dla mamy, czy teściowej na inne okazje są często kupowane przez kobiety. To kobiety w związkach przejmują rolę strony kupującej i mężczyźni po prostu nie ćwiczą tej umiejętności. A umiejętności nie ćwiczone... wiadomo – zanikają. Na pewno natomiast mężczyźni bardziej konsekwentnie się przygotowują do zakupu prezentów, jak reszta do wielu innych rzeczy. Mężczyźni, jak już się za coś zabiorą, to są w tym bardziej konsekwentni niż kobiety. Mniej kierują się emocjami, a podchodzą do każdego przedsięwzięcia bardziej systemowo. Znam badania mówiące o tym, że gdy mężczyzna pójdzie do dietetyka, to konsekwentnie trzyma się narzuconych zasad, a kobieta, jak nie ma szybkich efektów, coś się nie udaje, to od razu zmienia dietetyka. Mężczyzna działa systemowo. Jednocześnie, mężczyźni nie wychowuje się w ten sposób, aby rozwijać inteligencję emocjonalną, a to ona jest potrzebna żeby odczytywać sygnały i rozumieć potrzeby innych ludzi, np. dostrzec jakiś subtelny komentarz żony, czy córki odnośnie stroju zobaczonego w telewizji albo w magazynie. Mężczyźni tego nie pamiętają, a często w ogóle nie zauważają, ale to wynika z wychowania i uplasowania kulturowego. Nie ćwiczą tych umiejętności, więc nie są ich pewni. Dlatego do zakupu prezentów potrzebują wsparcia przyjaciół, czy Internetu i porad w rodzaju „10 najpopularniejszych prezentów dla niej” chętnie zresztą dostarczanych przez portale i serwisy internetowe.



Julia Izmałkova
Psycholog, badaczka
i ewangelistka etnografii
w Polsce, CEO jedynej
agencji badawczej
w Europie specjalizującej się
w biznesowych badaniach
etnograficznych
www.izmałkova.com,
autor bloga
www.myflirtwithreality.com

”

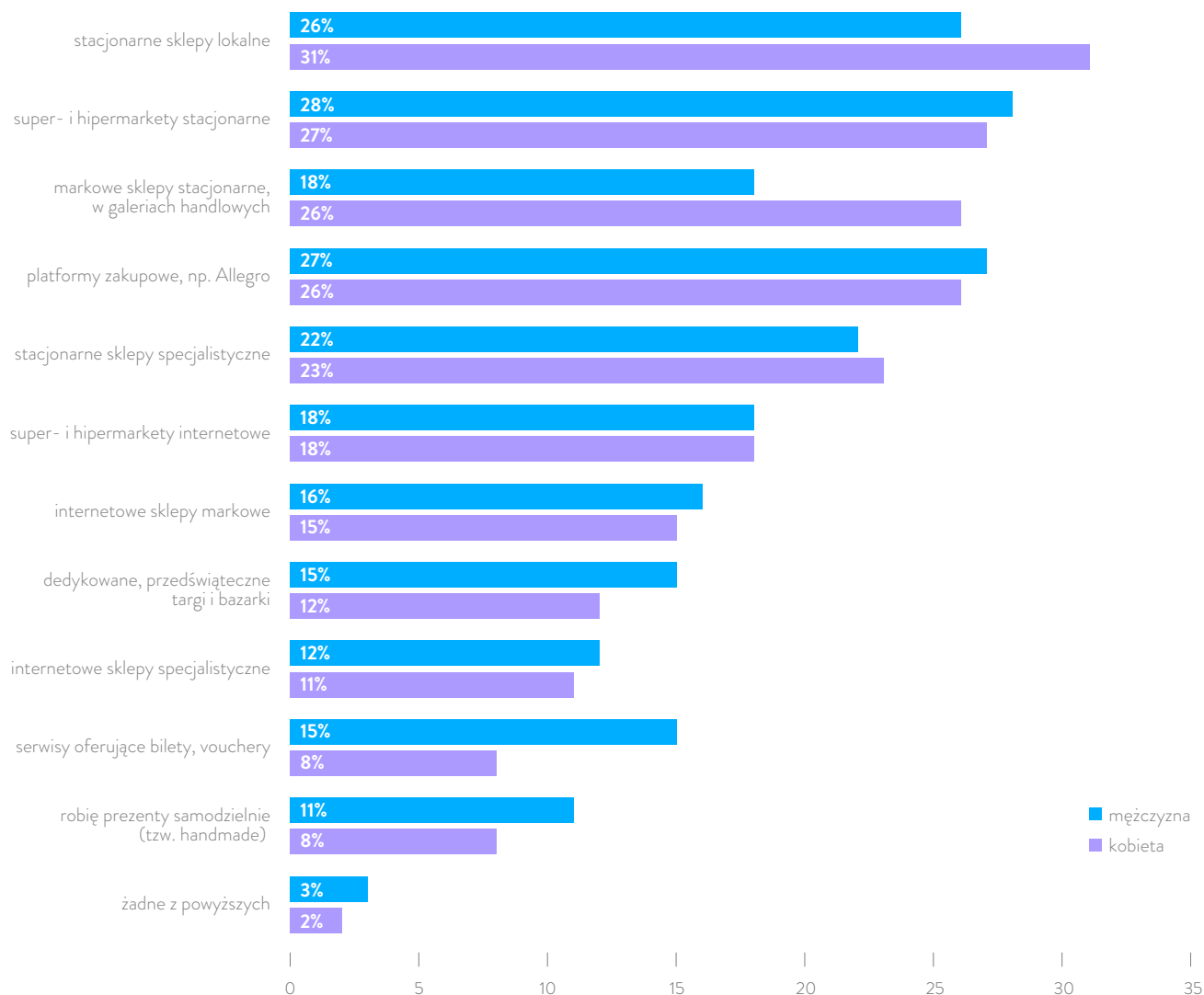
Często prezenty, jakie dostajemy, rozmiągają się z naszymi oczekiwaniami a ich wybieranie, zarówno mężczyznom jak i kobietom, sprawia trudność. Dla mężczyzn uważność i obserwacja są mniej oczywiste, więc zdecydowanie bardziej skuteczne jest gdy kobiety mówią im wprost, czego chcą (skuteczne, ale.. mniej romantyczne, co dla kobiet również jest istotne). Z drugiej strony, wybór prezentu dla mężczyzn też nie jest łatwy stąd te wszystkie skarpetki, swetry, bielizna. Mężczyźni lubią i chcą dostawać gadżety, rzeczy techniczne, a kobiety mniej się na tym znają. Kobiety w wyborze prezentu pomagają uważność i bardzo proaktywne podejście. Mężczyźni zaś twierdzą, że nie rozumieją świata kobiet, ale to wynika właśnie z tego, że są nieuwinni wobec tego świata. Nie jest dla nich ciekawy. Mało zrozumiałe jest dla nich jaki typ biżuterii chce kobieta, jakiej marki, czy i jaka jest różnica między tuszem wydłużającym a pogrubiającym. Wszyscy natomiast mamy oczekiwanie uważności. Wyniki badania wskazują wyraźnie, że w przypadku kupowania prezentów mamy do czynienia z mechanizmem projekcji. Nie chcemy dostawać rzeczy oczywistych, kosmetyków, perfum, majtek, skarpetek i słodczy właśnie dlatego, że sami najczęściej je kupujemy i wiemy, że to nie jest prezent kupowany z uważnością. Znamy samych siebie w tym kontekście. Wiemy, dlaczego takie rzeczy są kupowane, bez wysiłku, bez ryzyka. Dlatego sami ich nie chcemy. Kupno prezentu z zaangażowaniem oznacza wysoki poziom ryzyka. Jeśli wkładasz dużo serca, to chcesz informacji zwrotnej, czy osoba obdarowana to polubi, czy się ucieszy. Jeśli nie, to ryzykujesz rozczarowaniem, a często łamie ci serce, że ktoś nie docenił ile pracy i emocji w to włożyłeś. Panują tu generalnie takie same zasady i mechanizmy jak przy relacjach, a im większy wybór prezentów na rynku tym większe ryzyko. Przecież zawsze można było wybrać lepiej...



Panowie częściej online, Panie częściej offline

Kobiety i mężczyźni, kupując prezenty świąteczne, skierują swoje kroki i kliknięcia w tyle samo typów miejsc – średnio dwa. Panowie nieco częściej (+ 3 p.p.) odwiedzą serwisy oferujące na prezent coś niematerialnego, można powiedzieć nawet – wrażenia i doznania, czyli oferujące różnego rodzaju bilety, czy vouchery. Panie częściej (+8 p.p. przewagi) wybiorą sklepy markowe w galeriach handlowych. Panowie stacjonarnie częściej wybiorą dedykowane przedświąteczne bazarki i targowiska (+3 p.p.). Co ciekawe, okazuje się, że to mężczyźni znacznie częściej robią sami prezenty (tzw. handmade). Mówi tak 15% mężczyzn vs 8% kobiet. Na platformie zakupowej Allegro spotka się podobna liczba kobiet i mężczyzn (26% i 27%).

Wykres 72: Gdzie zwykle kupujesz prezenty? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

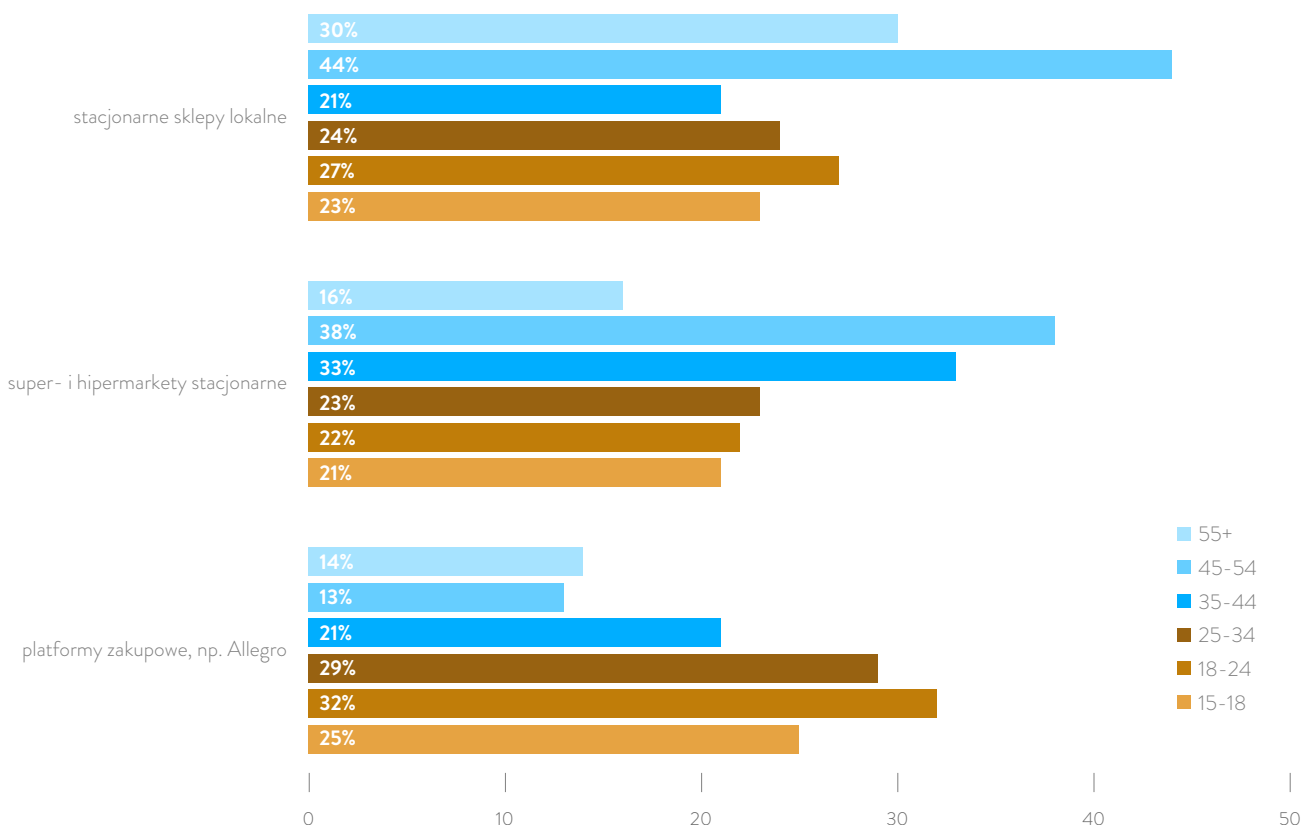




Starszaki i młodziaki w różnych sklepach

Najmniej typów miejsc zakupowych (1,6 – 1,9) wykorzystują osoby najstarsze w wieku 55+ i najmłodsze w wieku 15-18 lat. W zależności od wieku, Polaków robiących prezenty można też spotkać w bardzo różnych miejscach. Galerie handlowe przyciągną w zasadzie większość osób, ale nie grupę najmłodszą (15-18 lat). Z kolei im osoba starsza, tym częściej zobaczymy ją kupującą prezent na przedświątecznym bazarku, czy targowisku. Osoby w wieku 55+ znacznie częściej wykonają prezenty samodzielnie (30%). Na Allegro zakupy zrobią najczęściej osoby w wieku 18-24 lata i 25-34 lata, aczkolwiek zagości tu też odpowiednio 13% i 14% osób w wieku 45-54 lata i z grupy 55+. Serwisy oferujące bilety i vouchery to zdecydowanie domena najmłodszych kupujących prezenty. Super- i hipermarkety internetowe prawie w ogóle nie przyciągną dwóch najstarszych grup wiekowych (3-4%), a stacjonarne, owszem (44% i 30%). W przypadku osób młodszych będzie dokładnie odwrotnie.

Wykres 73: Gdzie zwykle kupujesz prezenty? (Top 3 wskazania, wg wieku), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

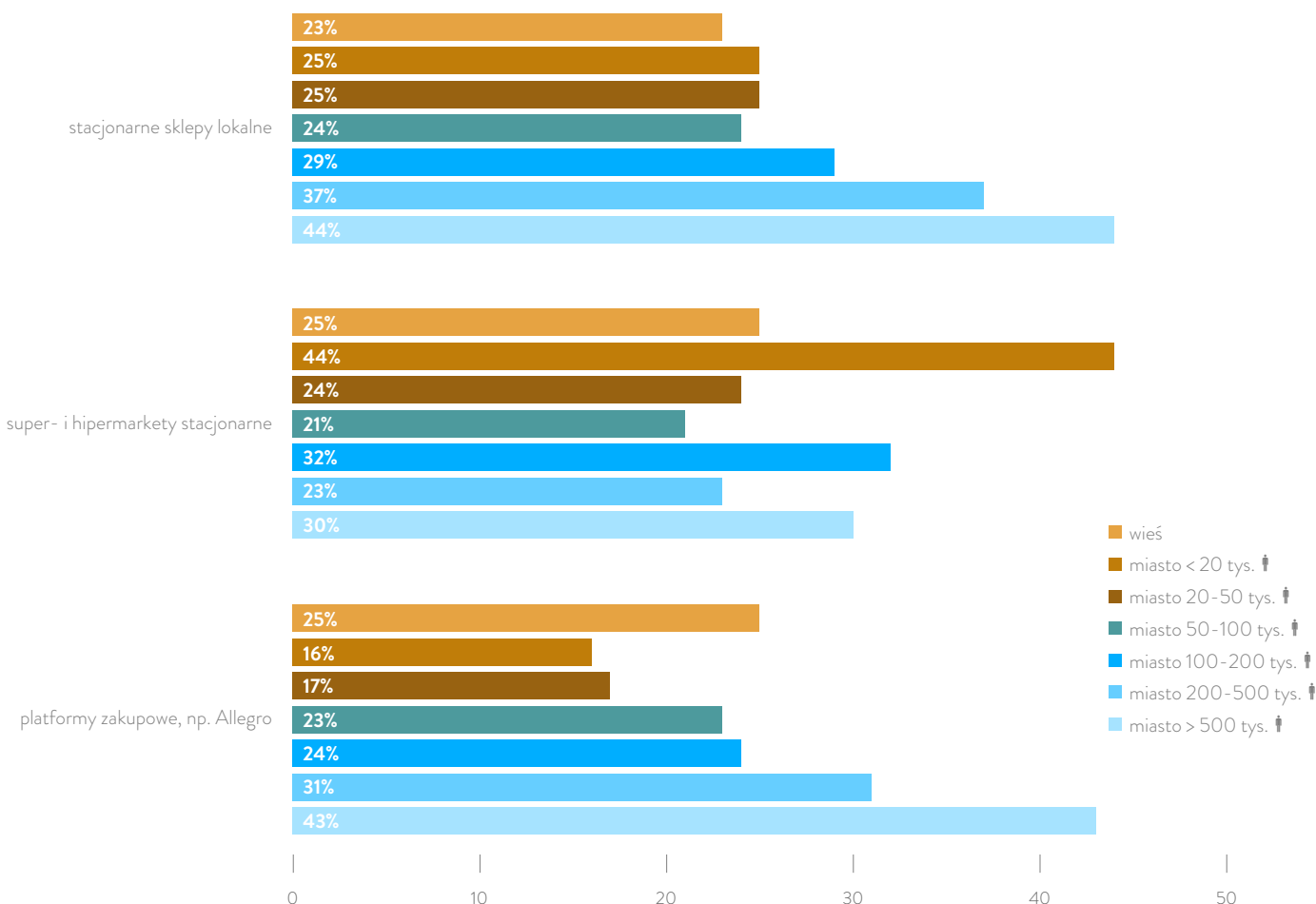




E-zakupy dla wszystkich

Patrząc na miejsce zamieszkania widać, że osoby z największych miast kupują w największej liczbie miejsc. Dla zamieszkujących miasta pow. 500 tys. mieszkańców będzie to 2,8 typu miejsca, a dla mieszkańców wsi 1,8. Mieszkańcy wsi bardzo często posiłkują się Internetem kupując prezenty (65%). Robią to tak samo często jak mieszkańcy miast 100-200 tys. mieszkańców, a znacznie częściej niż mieszkańcy małych miasteczek. W super- i hipermarketach internetowych kupują tak samo często jak mieszkańcy największych miast (21%). Markowe sklepy w galeriach handlowych przyciągają najczęściej mieszkańców dużych miast, ale na zakupy przyjeżdżają do nich również 16% mieszkańców wsi. Stacjonarne sklepy lokalne największą popularnością cieszą się w małych miasteczkach do 20 tys. mieszkańców, gdzie są najpopularniejszą i często główną opcją zakupową, a stacjonarne sklepy specjalistyczne odwrotnie – w największych. Na Allegro najczęściej kupią prezenty mieszkańcy największych miast (44%), ale także mieszkańcy wsi (23%) i mieszkańcy małych miasteczek (25%).

Wykres 74: Gdzie zwykle kupujesz prezenty? (Top 3 wskazania, wg wielkości miejsca zamieszkania), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

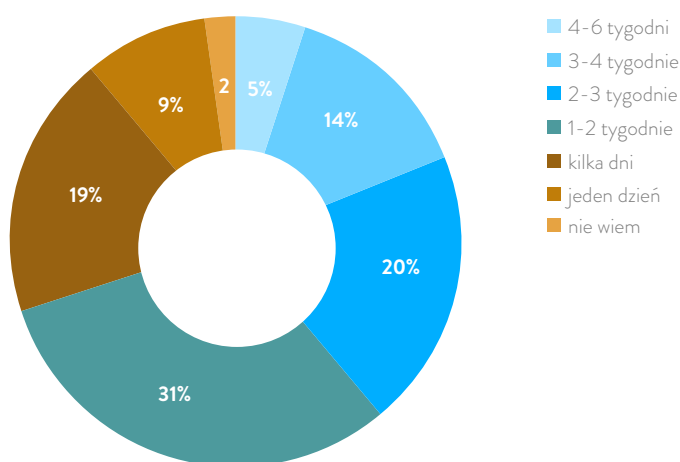




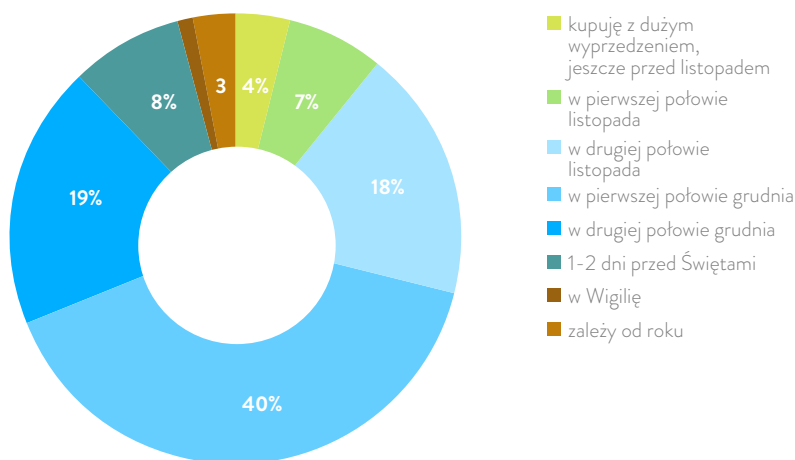
Kupowane z dużym wyprzedzeniem

Najczęściej zakupy prezentów świątecznych zajmują Polakom 1-2 tygodnie. W takim czasie prezenty zakupi 1/3 z nas. 1/5 zajmie to trochę dłużej, bo 2-3 tygodnie. Kolejne 19% upora się z zakupami w kilka dni. Najwięcej osób (70%) kupuje wciąż prezenty w grudniu, przy czym 40% robi to w pierwszej połowie grudnia, a więc zachowując jeszcze bezpieczny zapas czasu. To nie zmienia się od kilku lat*. Dosłownie na ostatnią chwilę zakupy prezentowe zostawi tylko 1% osób.

Wykres 75: Ile czasu przeważnie zajmuje Ci zakup wszystkich prezentów?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 76: Kiedy przeważnie kupujesz prezenty?, N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

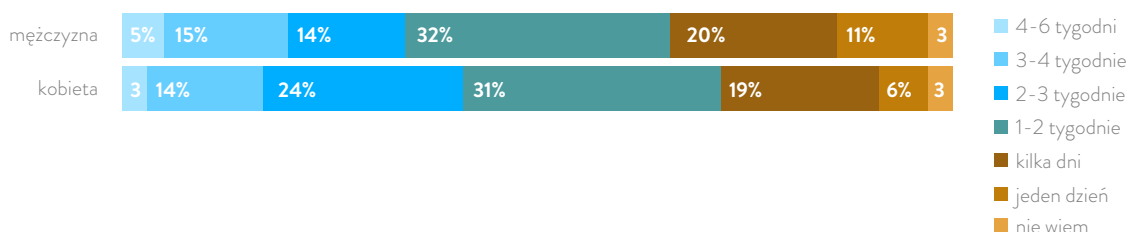




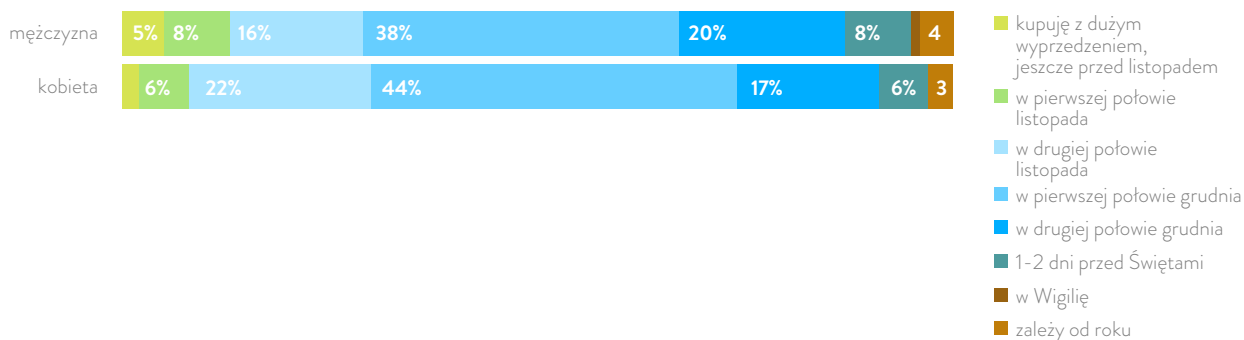
Męski i kobiecy terminarz zakupowy

Kobietom zakupy prezentów zajmują nieco więcej czasu niż mężczyznom i znacznie mniej kobiet (-6 p.p.) odkłada zakupy na ostatnie dni przed świętami. Jednocześnie, mniej kobiet niż mężczyzn także zaczyna zakupy ze znacznym wyprzedzeniem. Podobnie z terminami kiedy kupujemy prezenty, w przypadku mężczyzn są nieco bardziej skrajne, natomiast generalnie mężczyźni kupują prezenty nieco później niż kobiety, głównie w pierwszej i drugiej połowie grudnia.

Wykres 77: Ile czasu przeważnie zajmuje Ci zakup wszystkich prezentów? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 78: Kiedy przeważnie kupujesz prezenty? (wg płci), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

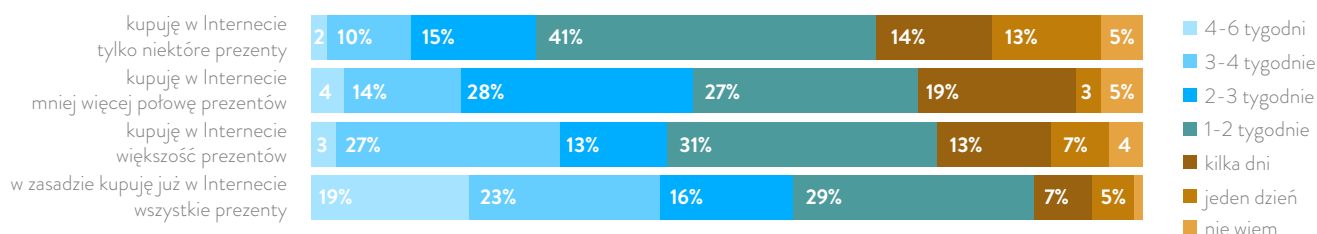




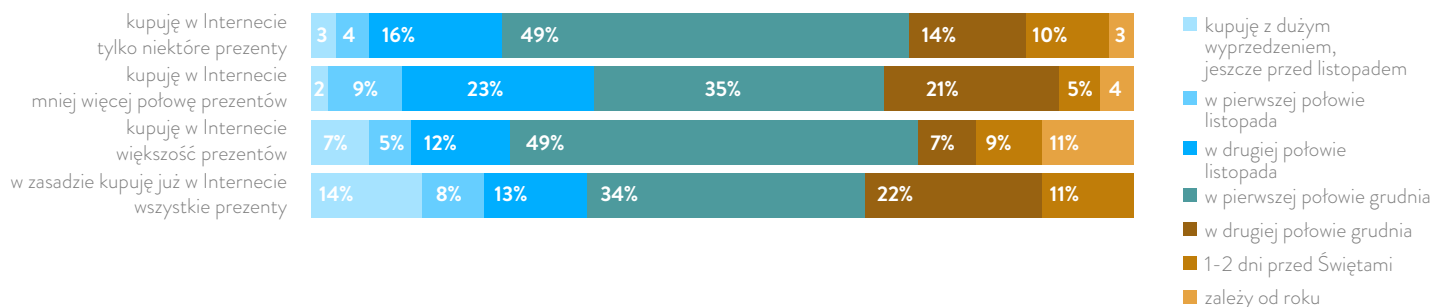
internetowy terminarz zakupowy

Mówi się, że obecnie w Polsce już w listopadzie, zaraz po święcie Wszystkich Świętych, wystawy sklepowe i odświętnie przybrane galerie handlowe zachęcają do zakupów świątecznych, tymczasem to w Internecie święta Bożego Narodzenia zaczynają się zdecydowanie wcześniej. Patrząc na osoby kupujące prezenty w sieci widać, że im większe doświadczenie i więcej e-kupowanych prezentów, tym wcześniej zaczyna się proces zakupowy. Trwa on też znacznie dłużej niż w przypadku statystycznego kupującego prezenty świąteczne. Osoby kupujące w sposób zaawansowany w Internecie są też bardziej zdecydowane i stałe jeśli chodzi o zwyczaje zakupowe – nikt w tej grupie nie odpowiedział, że nie wie kiedy proces zakupowy zacznie i prawie nikt, że nie wie ile czasu mu on zajmie.

Wykres 79: Ile czasu przeważnie zajmuje Ci zakup wszystkich prezentów? (wg zaawansowania e-commerce), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 80: Kiedy przeważnie kupujesz prezenty? (wg zaawansowania e-commerce), N=1107, badani kupujący prezenty, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

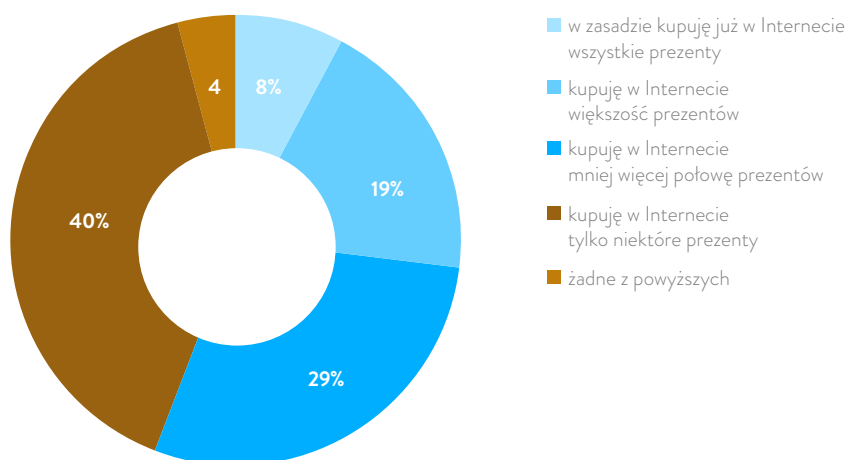




Zdeklarowani e-zakupowicze

Wśród Polaków kupujących prezenty świąteczne w Internecie, aż 8% kupuje w ten sposób już wszystkie podarki, a kolejne 19% – większość. Mniej więcej połowę kupuje w sieci 29% takich osób. Podsumowując, 50% i więcej prezentów kupi w sieci 55% osób kupujących tam jakiegokolwiek prezenty.

Wykres 81: Które z określić najlepiej opisuje Twoje zakupy prezentów online?, N=651, badani kupujący prezenty w Internecie, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

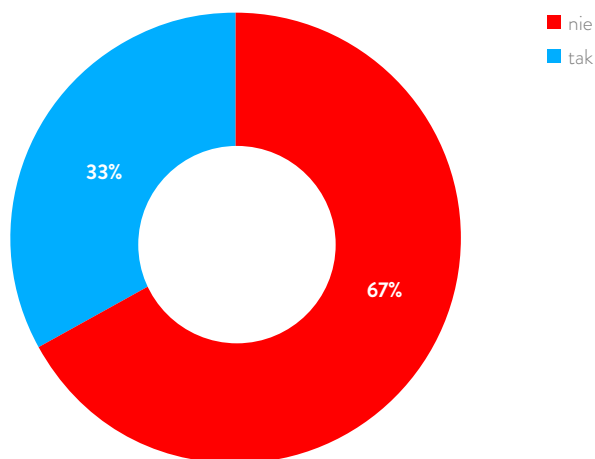


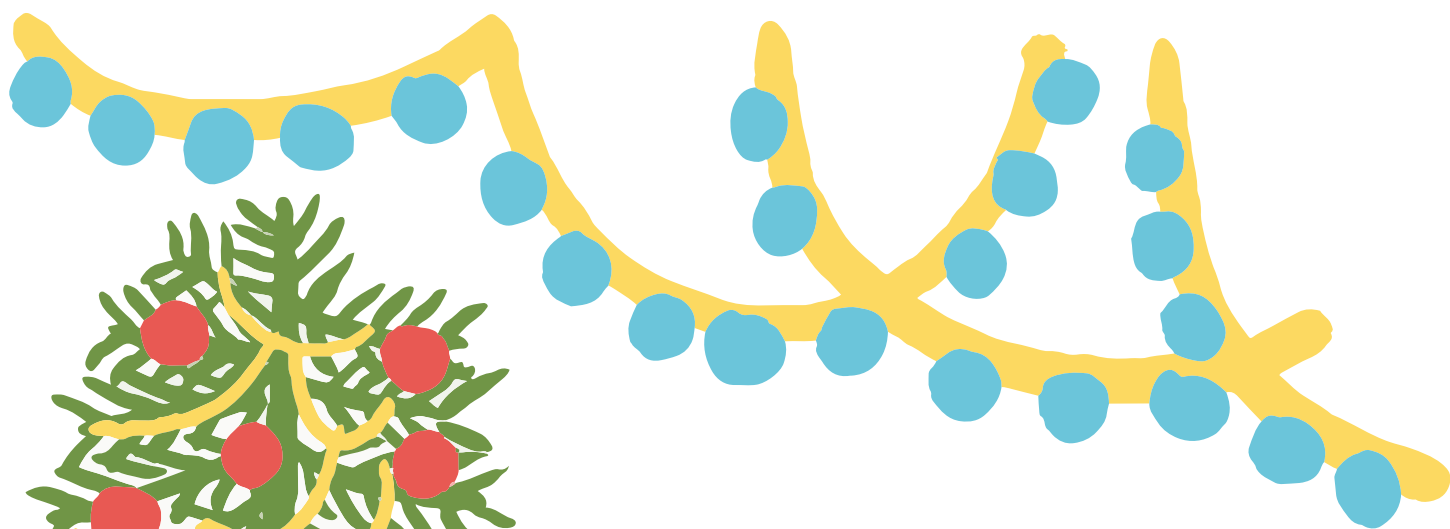


M-prezenty

Okazuje się, że 1/3 Polaków kupiła już prezenty mobilnie, to znaczy z wykorzystaniem smartfona lub tabletu. Nieco częściej prezenty świąteczne mobilnie kupują kobiety (39% vs 31% w przypadku mężczyzn). To odwrotnie niż w przypadku pozostałych zakupów w pozaświątecznym okresie, gdzie większą mobilną aktywnością wykazują się mężczyźni*. M-kupują także częściej osoby w wieku 25-34 lata i 35-44 lata (odpowiednio 44% i 38%), ale także wśród Polaków w grupie 55+ mobilnie kupiło już prezent 18% osób. Mobilnie kupują prezenty także mieszkańcy wsi, uzyskując nawet +9 p.p. przewagi nad mieszkańcami największych miast pow. 500 tys. mieszkańców (38% wskazań). Wśród osób kupujących większość prezentów w Internecie wskaźnik kupowania mobilnie sięga już natomiast 63%.

Wykres 82: Czy zdarza Ci się kupować prezenty z wykorzystaniem urządzenia mobilnego?, N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Święta, święta...



Znaczenie świąt

Ważne święta

Poświęćmy jeszcze chwilę samym świętom i zobaczmy jakie mają dla nas znaczenie. W końcu Boże Narodzenie to bardzo ważne, a na pewno najbardziej oczekiwane dla Polaków święta. Obchodzenie tych świąt deklaruje 77% badanych. Jednocześnie pojawia się coraz więcej opinii o tym, że Boże Narodzenie traci swój charakter, komercjalizuje się. Można spotkać się ze stwierdzeniami, że w obecnych czasach prezenty dominują obchody Bożego Narodzenia lub, że coraz częściej spędzamy te święta ze smartfonem, bądź tabletem w dłoni zamiast rozmawiać ze sobą. Allegro, nie chcąc ulegać stereotypom i obiegowym opiniom oraz chcąc jak najlepiej poznać i zrozumieć Polaków, postanowiło spytać i sprawdzić jak jest faktycznie. Okazuje się, że 1667 zbadanych osób zauważa wspomniane zjawiska, aczkolwiek żadnego z nich nie ocenia jeszcze jako dominujący trend. Średnio Polacy zgodzili się z dwoma spośród dwunastu zaproponowanych przez nas stwierdzeń dotyczących przewidywanych, bądź obserwowanych zmian zachowań związanych ze świętami, a z żadnym nie zgodziło się tylko 5% osób, ale ich zdania są bardzo podzielone. Żadna z tez, które sprawdziliśmy nie uzyskała poparcia wyższego niż 24%. Z drugiej strony, gdy zapytaliśmy Polaków, czy jest coś czego brakuje im we współczesnych świątach, tylko 7% nie wskazało żadnego takiego elementu. Być może pewnych zmian nie uznajemy jeszcze za masowe, a jednak w osobistym rozrachunku je dostrzegamy i odczuwamy. Nasza nostalgia dotyczy jednak najczęściej, jak za chwilę Państwo zobaczycie, nie samych zachowań, a raczej okoliczności, na które nie mamy wpływu, a które zmieniły nieco przebieg współczesnych świąt, powodując np. tęsknotę za bliskimi, którzy odeszli, odczucie braku bliskich, którzy musieli wyjechać do pracy za granicę, czy chociażby wspomnienia nieobecnego już świątecznego śniegu i mrozu. No cóż, nieco idealizujemy przeszłość, ale, jak wynika z badania, i obecnymi świętami potrafimy się cieszyć.





Obserwacje Polaków

Przyjrzyjmy się zatem konkretnym przykładom. Z opinią, że obecnie coraz częściej Polacy spędzają święta przed telewizorem lub ze smartfonem, czy tabletem w dłoni zgodziło się odpowiednio 20% i 18% badanych. Ze stwierdzeniem, że święta Bożego Narodzenia są w Polsce coraz bardziej komercyjne i tracą swój religijny i społeczny aspekt zgodziło się 16% badanych. Z najważniejszym przejawem zjawiska komercjalizacji świąt, czyli z tym, że kupujemy coraz droższe prezenty i mamy coraz większe wymagania i oczekiwania odnośnie upominków oraz, że nie potrafimy się cieszyć z tego, co otrzymujemy, zgodziło się odpowiednio 16% i 18% Polaków. Podobną, aczkolwiek nieco większą popularnością (między 24% a 16%) cieszą się pozytywne zjawiska związane ze świętami, jak chociażby opinia, że w tym czasie staramy się być lepsi dla bliskich i otoczenia, czy, że coraz częściej Polacy biorą udział w akcjach wsparcia potrzebujących. Takie zmiany zauważamy, jednak nie traktujemy ich jeszcze najwyraźniej jak trendów. Tymczasem, sami deklarujemy, że Boże Narodzenie to czas kiedy jesteśmy bardziej wrażliwi i staramy się jednak być lepsi, nie tylko dla najbliższych. O tym już za chwilę.

Tabela 1: Co jest dla Ciebie najważniejsze jeśli chodzi o święta Bożego Narodzenia?, N=1219, badani obchodzący święta, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

Opinie (-)	Zgadza się
Coraz częściej święta spędzamy przed telewizorem zamiast rozmawiać z bliskimi	20%
Święta Bożego Narodzenia są coraz bardziej komercyjne, zwracamy coraz mniejszą uwagę na ich społeczny i religijny aspekt	18%
Mamy coraz większe i bardziej konkretne wymagania co do prezentów i coraz rzadziej potrafimy cieszyć się z tego, co otrzymaliśmy	18%
Coraz częściej święta spędzamy ze smartfonem w dłoni zamiast rozmawiać z bliskimi	18%
Duża część Polaków na święta wyjeżdża na urlop gdzieś za granicę, nie spędza już świąt z rodziną	17%
Kupujemy coraz droższe i coraz więcej prezentów pod choinkę	16%
Duży wybór produktów w sklepach i Internecie sprawia, że kupno prezentów pod choinkę staje się dłuższe i bardziej stresujące	12%

Tabela 2: Co jest dla Ciebie najważniejsze jeśli chodzi o święta Bożego Narodzenia?, N=1219, badani obchodzący święta, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

Opinie (+)	Zgadza się
Boże Narodzenie to czas kiedy staramy się być lepsi dla bliskich i otoczenia	24%
Święta Bożego Narodzenia to najważniejsze święta dla Polaków, to się nie zmienia	21%
Polacy coraz częściej biorą udział w akcjach wsparcia potrzebujących przed świętami, np. szlachetna paczka, kupno określonych produktów w sklepach	20%
Duży wybór produktów w sklepach i Internecie sprawia, że kupno prezentów pod choinkę staje się przyjemniejsze, można lepiej dopasować prezent do potrzeb bliskich, a często wykorzystać promocje lub znaleźć coś unikalnego	19%
Święta Bożego Narodzenia to czas kiedy odkładamy smartfony i elektronikę na bok i poświęcamy czas rodzinie i bliskim	16%



Czym są święta Bożego Narodzenia dla Polaków? Czy coś się zmieniło w ciągu ostatnich 30 lat w tym, jak postrzegamy lub obchodzimy te święta?



Maia Sobczak

Psycholog, dietoterapeutka,
pracuje w oparciu najstarsze
medycyny świata,
założycielka QmamKasze

”

Głównie to zwieńczenie szalonego okresu przedświątecznego, to czas spokoju, spotkań z bliskimi, prezentów i pachnącej choinki. Zmiany są, można je dotknąć, zauważyć na każdym kroku. Już nie kołęduje się tak często jak kiedyś, mało osób wie dokładnie, co się w tym czasie tak naprawdę świętuje, a stół coraz mniej zaskakuje, zapewne dla tego że wszystko jest dostępne od ręki, więc i mniej szczególne czy wyczekane. Dla niektórych to po prostu czas wolny, swobodny nierzadko spędzony na nartach albo zwyczajnie w domu bez pośpiechu. Nie oceniam czy to dobrze czy źle – wszystko zależy czego właściwie szukamy.



Dorota Minta

Psycholog, doradca
rozwoju osobistego
www.dorotaminta.pl

”

Święta według mnie straciły sporo z celebry. Straciły też sporo z rodzinności w znaczeniu dużej rodziny. Do stołów wigilijnych zasiada się obecnie często w mniejszych konfiguracjach. Częściej też podczas Wigilii i świąt przemieszczamy się. Jesteśmy u jednych rodziców, potem u drugich i jeszcze u babci. Wychodzi na to, że „zaliczamy cztery Wigilie“. W związku z tym są małe szanse, żeby pojawiło się wspólne celebrowanie, bycie razem i przeżywanie. 30 lat temu samo przygotowanie do świąt wymagało większego wysiłku i zaangażowania większego zespołu do zdobycia przygotowywania, lepienia, peklowania, gotowania... Teraz się robi listę zakupów i zamawia wszystko, co potrzebne, przez Internet. Nie ma tego ogromnego zaangażowania ludzi i podziału zadań, czy ról. Wtedy był pretekst do podzielenia się pracą, ale też potem do dzielenia się celebrą. Obecnie pewne rzeczy stały się łatwiejsze, ale te ułatwienia i prostota czasem troszkę szkodzą. W dalszym ciągu święta dla większości z nas są rodzinne, podczas gdy tylko dla nielicznej grupy są jeszcze przeżyciem religijnym. Trochę tęsknimy w naszym codziennym zabieganiu za wolnym czasem i posiedzeniem sobie z bliskimi, przy czym to słowo bliscy oznaczać może nieco inne grono osób niż dawniej. Obserwuję, że niektórzy do swojej rodziny – która jest obecnie jednak mniejsza, bo z jednym dzieckiem, a nie czworgiem, jak to kiedyś było – dokooptowują też znajomych. Często robimy tak w przypadku osób pojedynczych, trochę wykluczonych podczas świąt. Zaczyna być więc tak, że do stołu wigilijnego dopuszczamy naszych znajomych i przyjaciół, a nie tylko rodzinę. To na pewno pozytywna zmiana.



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Święta mają dla nas podwójną naturę. Z jednej strony są przyzwyczajeniem i w tym sensie czymś prozaicznym, czasem postrzeganym w kategoriach obowiązku, niekoniecznie przyjemnego. Z drugiej zaś strony z Bożym Narodzeniem wiąże się duża dawka pozytywnych uczuć, takich jak bliskość, rodzinne ciepło, nadzieja na lepsze. Co nie oznacza, że rzeczywiście podczas świąt są one realizowane, pozostają raczej w obrębie naszej polskiej nieświadomości zbiorowej. Dla wielu Polaków ta pozytywna konotacja wiąże się oczywiście z aspektem religijnym. Słowo stało się ciałem, Maryja narodziła boskie dzieciątko, przyszłego zbawiciela. Aspekt duchowy nie jest jednak wyłączny dla katolików. Boże Narodzenie, obok Wielkanocy, to największe polskie święto. W ciągu ostatnich 30 lat zmienił się oczywiście sposób celebracji i wydaje mi się, że są to przede wszystkim zmiany ilościowe. Jest nas mniej przy wigilijnym stole, odchodzimy od wieloosobowych kolacji, łączenia rodzin. Jednocześnie jest więcej tego wszystkiego, co można kupić, jedzenia, prezentów, dekoracji świątecznych. W zatrzęsieniu tych wszystkich rzeczy, w agresywnej świątecznej reklamie wrzeszczącej kupuj!, we wszechobecnych choinkach, światełkach, kolędach i Mikołajach kryje się to, co powszechnie nazywamy magią świąt. Moim zdaniem jest to ogromna duchowa moc, wynikająca z silnej tradycji i to niezależnie od stosunku do religii katolickiej. Jednocześnie jest to aspekt, w którym najbardziej się gubimy, bo najłatwiej go zatracić w szale kupowania.

”

Święta Bożego Narodzenia są zawsze najbardziej oczekiwanymi i najbardziej radosnymi świątami. Nie tylko ze względu na prezenty i wizyty najbliższych i krewnych, ale przede wszystkim na atmosferę, jaka wtedy panuje. Najradośniejszym bowiem wydarzeniem w życiu człowieka są narodziny dziecka, a w te święta rodzi się przecież Bóg! Czar tego wydarzenia przenosi się na wszystkich. Chyba od lat nic się nie zmienia w obchodach tego święta, rządzi tradycja, są okazje do spotkań. Nawet jeśli spędzamy je poza domem, jest wigilia, kolędy, choinka, prezenty, bliskość osób. Nawet kościoły wypełniają się wiernymi. Czy coś się zmieniło? Może droższe są prezenty, więcej potraw na wigilijnym stole, bogatszy wystrój. W końcu chyba lepiej nam się powodzi.



Katarzyna Kucewicz

Psycholog, psychoterapeuta
www.kucewiczpiotrowicz.pl

”

Podjęście Polaków do świąt dynamicznie się zmienia. Jeszcze dekadę temu panował boom na amerykanizację świąt, czyli na postrzeganie ich w sposób bardziej komercyjny – trochę na wzór hollywoodzkich produkcji o Bożym Narodzeniu. Wydawaliśmy dużo na drogie prezenty, na ozdabianie domów i uleganie tak zwanej przedświątecznej gorączce. Teraz to się zmienia. Powracamy do tradycji, tęsknimy za tamtą ciepłą, rodzinną atmosferą sprzed lat. Dlatego prawdopodobnie, jak mówią badania, mamy tendencję do ulegania przedświątecznemu szałowi zakupowemu, ale nie wydajemy tyle na kosztowne prezenty, tylko na próbę odtworzenia magii tamtych polskich świąt sprzed lat.



Ewa Kaczorkiewicz

Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię
indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

Święta Bożego Narodzenia łączą w sobie ogromnie wiele aspektów. Ich obchodzenie to polska tradycja, rytuał religijny, ale współcześnie chyba przede wszystkim okazja do świętowania – spotkania z rodziną, obdarowania się nawzajem, odpoczynku, uroczystego posiłku – poprzedzonego oczywiście licznymi przygotowaniami. Zmiana w Polakach, jaka zaszła w ciągu tych lat i która bardzo rzuca się w oczy, to wszechogarniające dążenie do celu i pośpiech. Lata, w trakcie których staraliśmy się gospodarczo i cywilizacyjnie dogonić czołówkę świata, sprawiły, że jako naród od kilkudziesięciu lat biegniemy – nastawieni na cel, biegnąc jak najszybciej się da i wkładając w ten bieg ogromny wysiłek, po latach już porządnie zmęczeni. Oczywiście wpływa to także na święta Bożego Narodzenia. Z jednej strony mamy wobec świąt i wobec siebie w tym czasie duże oczekiwania (nastawienie na cel), z drugiej nie mamy czasu na to, by rzeczywiście się do świąt przygotować i spokojnie je spędzić (pośpiech) – iść na rekolekcje, jeśli jesteśmy osobami wierzącymi, przemyśleć i zakupić lub przygotować podarunki, zaplanować i osobiście przyrządzić świąteczne potrawy, spędzić świąteczny czas bez pośpiesznego „odfajkowywania” zadań.



Julia Izmałkowa

Psycholog, badaczka
i ewangelistka etnografii
w Polsce, CEO jedynej
agencji badawczej
w Europie specjalizującej się
w biznesowych badaniach
etnograficznych
www.izmałkowa.com,
autor bloga
www.myflirtwithreality.com

”

w ciągu 30 lat zmieniała się w zasadzie cała rzeczywistość dookoła, nie tylko święta, ale one oczywiście także, i to nie tylko w Polsce, ale na całym świecie. Powiedziałabym, że są bardziej zadaniowe. Obserwujemy odejście od tradycji, zwłaszcza w dużych miastach. I zwłaszcza w dużych miastach widać, że święta zaczęły być raczej obciążeniem niż przyjemnością i bardziej obowiązkiem niż wydarzeniem. Stają się po trosze dla nas takim punktem do zaliczenia w harmonogramie całego roku. Zdecydowanie święta tracą na swej magii. Jedynie wciąż magiczne są dla dzieci i w pewnym stopniu dla młodzieży w wieku 15-18 lat, która jest w stanie szybciej odciąć się w tym czasie od problemów dnia codziennego. Dla starszych zaczyna to być punkt do zrealizowania. Widać to chociażby po przytłaczającej liczbie ozdób i symboli świątecznych, z których o dziwo dużą część musimy mieć, jak chociażby ozdoby choinkowe, które przecież powinny być z nami dłużej niż jeden sezon. To trochę tak, jakbyśmy magię duchową, która została w jakiś sposób utracona chcieli nadrobić magią wytwarzaną, reniferami i błyskotkami. Zmienił się nasz profil psychologiczny, ale także i kontekst. Musimy przywyknąć do świąt bez śniegu i mrozu, ale z wszechobecnymi reniferami.

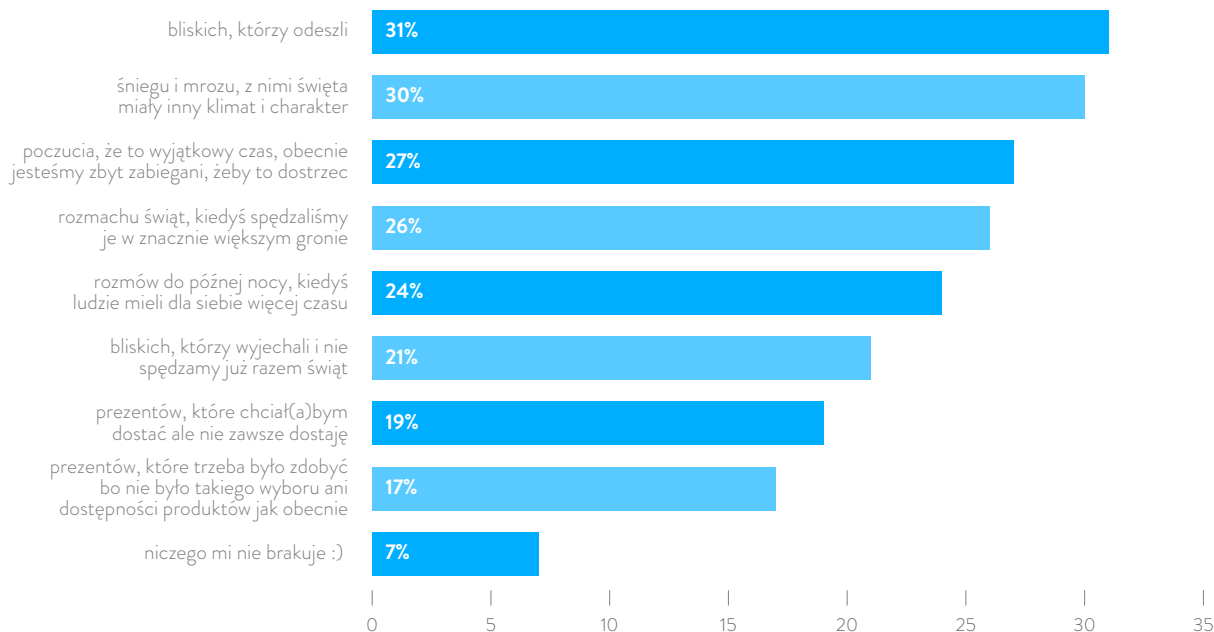


Nostalgicznie w święta

Święta z nutką tęsknoty

Okazuje się, że święta Bożego Narodzenia to czas spotkań, rozmów, ale także czas wspomnień. Nie mówimy tu wcale o takich wspomnieniach jak walka w pięćdziesiątych, sześćdziesiątych, siedemdziesiątych i osiemdziesiątych latach o trudnodostępne świąteczne artykuły spożywcze, karpie, śledzie, czy rodzinę, trudny wybór pomiędzy alkoholem, kawą i cukierkami na kartki albo wypożyczanie sobie wzajemnie brakujących choinek przez instytucje organizujące imprezy gwiazdkowe. Jednakże, okazuje się, że większość Polaków wspomina minione święta z nostalgią, a nawet tęsknotą. Tylko 7% badanych wskazało, że niczego podczas obecnych świąt im nie brakuje. Pozostali za czymś tęsknią i są to średnio dwa elementy. Za czym zatem tęsknimy? Najczęściej brakuje nam bliskich – tych, których już z nami nie ma (31% wskazań) i tych, którzy wyjechali i nie spędzają już z nami świąt (21%). Odczuwamy także dość silnie brak bardziej „przziemnej”, aczkolwiek i magicznej w pewnym sensie rzeczy jak śnieg i mróz, które jednak sprawiały, że święta miały inny klimat i charakter (30% wskazań). Wydaje się też, że dla dużej części Polaków obecne święta charakteryzuje jednak mniejszy rozmach i większy pośpiech – brakuje nam rozmów do późna i świątowania w większym gronie z bliższą i dalszą rodziną.

Wykres 83: Czy jest coś, czego brakuje Ci obecnie podczas świąt lub w okresie przedświątecznym?, N=1219, badani obchodzący święta, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

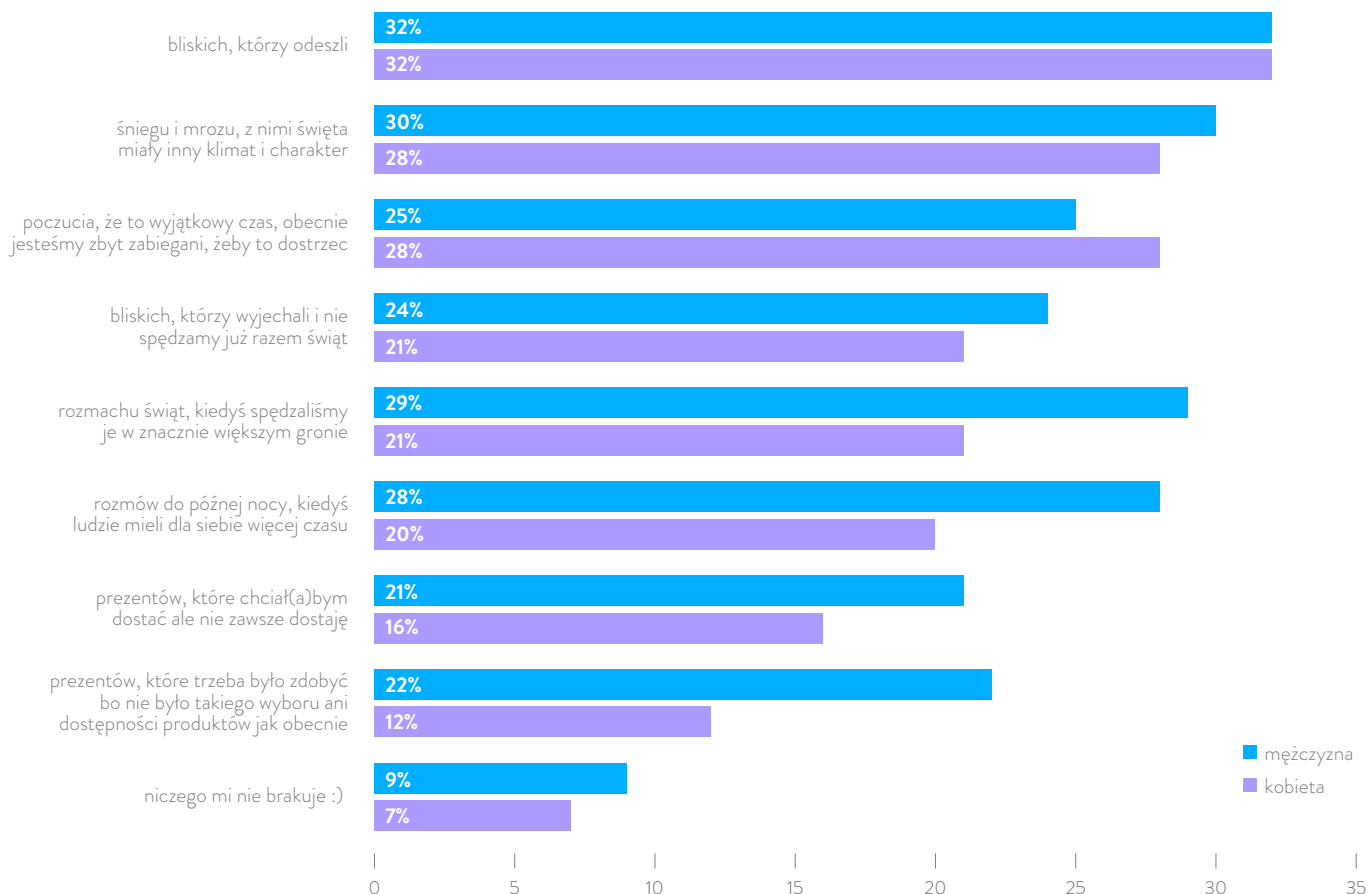




Refleksyjni mężczyźni

Nieco bardziej nostalgiczni są, jak się okazuje, mężczyźni. Panowie wskazali częściej w zasadzie każdy zaproponowany element, którego może nam brakować obecnie w święta, najwyższą przewagę nad Polkami uzyskując w przypadku rozmachu świąt, czyli większej liczby osób podczas Wigilii i świąt (+8 p.p. przewagi), rozmów do późnej nocy (+8 p.p.) i prezentów, które były unikalne bo nie tak dostępne jak obecnie (+10 p.p.). Wyjątkiem jest poczucie, że to wyjątkowy czas, podczas gdy obecnie jesteśmy za bardzo zabiegani by to dostrzec, którą to opcję nieco częściej wskazały zabiegane obecnie – w gospodarce rynkowej – polskie kobiety (27% vs 25% w przypadku mężczyzn).

Wykres 84: Czy jest coś, czego brakuje Ci obecnie podczas świąt lub w okresie przedświątecznym? (wg płci), N=1219, badani obchodzący święta, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015

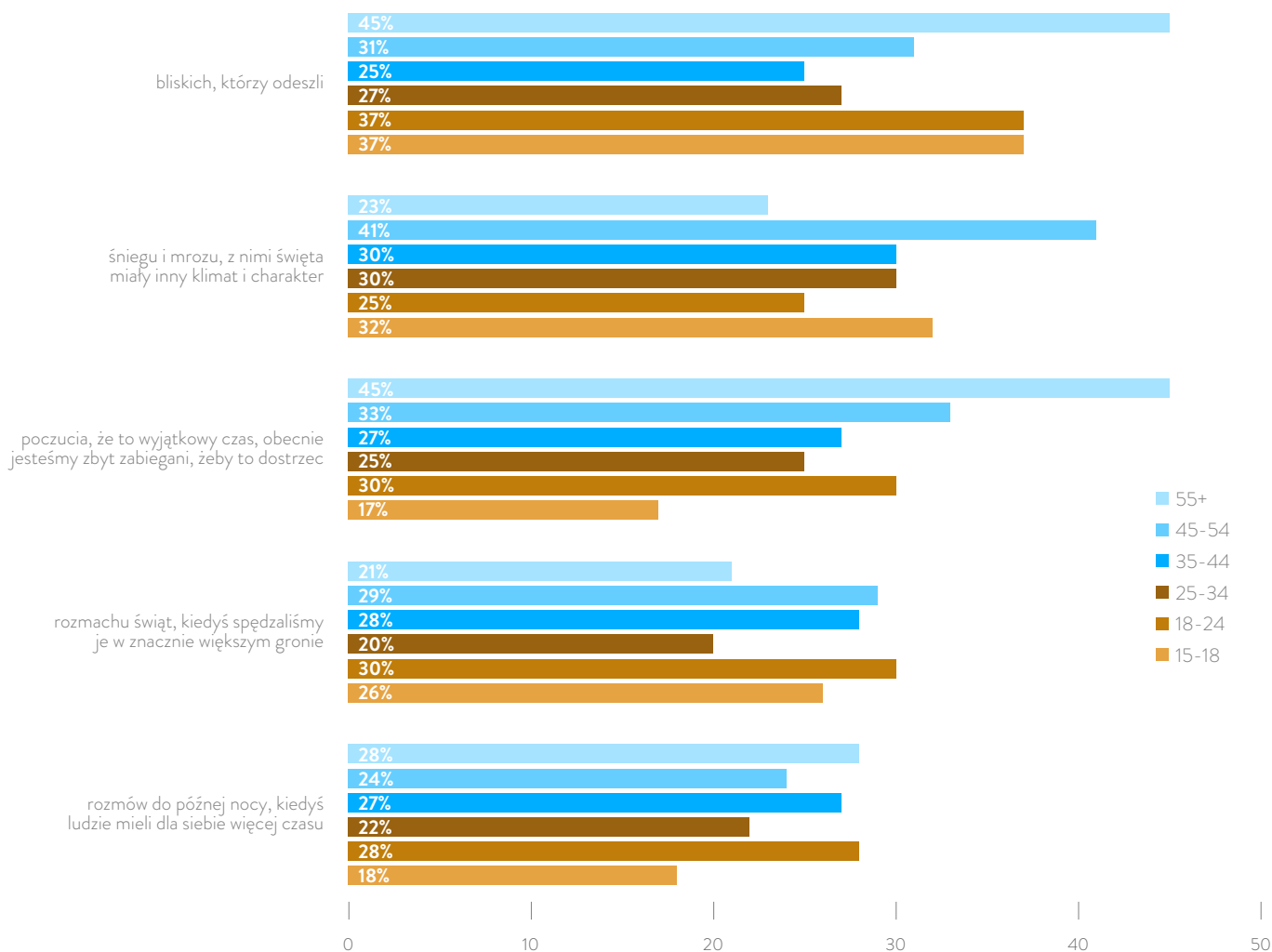




Wielkie i małe tęsknoty

Dość nostalgicznie, co chyba nie zaskoczy nikogo, wypadają osoby dojrzałe, szczególnie w najstarszej grupie wiekowej 55+. Im najbardziej brakuje bliskich, którzy odeszli, ale także, jak się okazuje, białych i mroźnych świąt. Te osoby zapewne pamiętają między innymi dwie zimy stulecia w Polsce, z lat 1963 i 1978-79. Za rozmachem dawnych świąt tęsknią z kolei osoby młode, które właśnie weszły w dorosłość i zapewne często wyjechały z rodzinnego domu, a także obecne 30-sto i 40-sto latki. Powszechne zabieganie i brak czasu najbardziej dostrzegają i najmniej akceptują podczas świąt znów osoby dojrzałe, w wieku 55+, najpewniej obserwując własne dzieci, zapracowane, a nierzadko robiące karierę zawodową.

Wykres 85: Czy jest coś, czego brakuje Ci obecnie podczas świąt lub w okresie przedświątecznym? (Top 5 wskazań, wg wieku), N=1219, badani obchodzący święta, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Obchodzenie świąt

(Prawie) wszyscy na święta!

Było chwilę nostalgicznie, a teraz przejdźmy do obchodzenia najbardziej wyczekanych w roku świąt czyli Bożego Narodzenia. 77% Polaków wskazuje, że Boże narodzenie obchodzi, czyli spędzi ten czas w tradycyjny sposób z rodziną, zachowując większość świątecznych zwyczajów. Pozostali będą pracować, wyjadą na urlop albo po prostu spędzą ten czas samotnie. Jeśli chodzi o osoby obchodzące święta, jest to mniej niż jeszcze 3 lata temu, kiedy obchodzenie Bożego Narodzenia deklarowało 89%* Polaków. Część osób zaczyna się przyznawać do spędzania świąt w bardziej nowoczesnej i niekonwencjonalnej formie. Nieco częściej deklarują obchodzenie świąt kobiety (3 p.p. przewagi nad mężczyznami). Częściej są to też osoby ze „środkowych” grup wiekowych, czyli ani najmłodsze ani najstarsze. Wśród 30-sto i 40-sto latków wskazania sięgają nawet 81%, podczas kiedy w grupie 55+ dochodzą zaledwie do 51%. Częściej święta obchodzą także mieszkańcy wsi i małych miast, gdzie wskazania sięgają odpowiednio 82% i 80% w porównaniu do 70% w największych miastach.

Wykres 86: Czy obchodzisz święta Bożego Narodzenia, N=1667, wszyscy badani, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



* źródło: serwis natemat.pl, wywiad z prof. Zbigniewem Mikołajką, kierownikiem Zakładu Badań nad Religią Polskiej Akademii Nauk, grudzień 2012

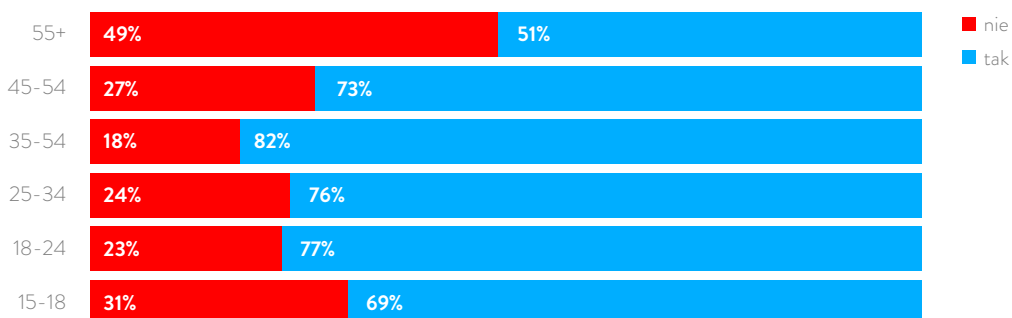


Obchodzenie świąt

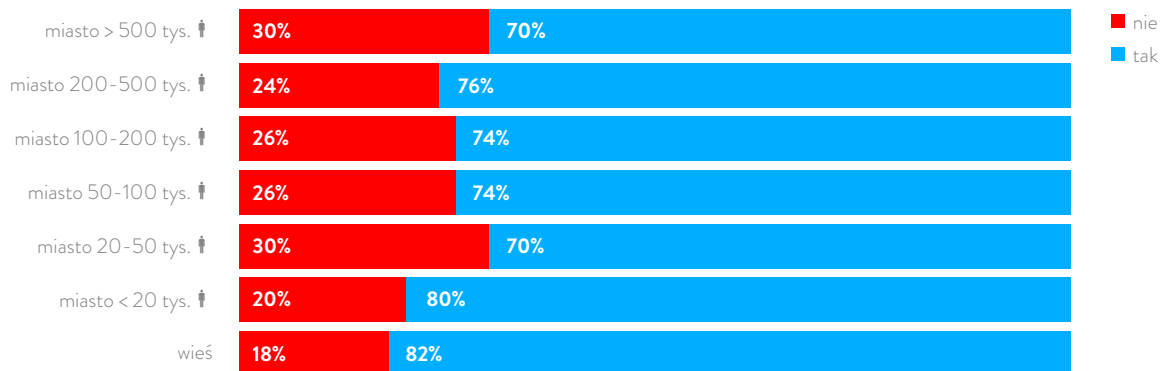
Wykres 87: Czy obchodzisz święta Bożego Narodzenia, N=1667, wszyscy badani (wg płci), badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 88: Czy obchodzisz święta Bożego Narodzenia, N=1667, wszyscy badani (wg wieku), badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 89: Czy obchodzisz święta Bożego Narodzenia, N=1667, wszyscy badani (wg miejsca zamieszkania), badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień





Najniższy wskaźnik obchodzenia świąt, bo 51% widzimy dla grupy najstarszej 55+, a potem dla najmłodszej. Dlaczego?



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Przed wszystkim oznacza to, że zdecydowana większość z nas obchodzi święta Bożego Narodzenia i to można uznać za niezwykle jednoczący potencjał. Niższe wskaźniki w najmłodszej i najstarszej grupie wiekowej są prawdopodobnie związane z ich cechami charakterystycznymi. Odmowa udziału w celebracji świąt może stanowić dla młodych manifestację buntu przeciwko rodzinie, religii katolickiej, czy ogólnie rzecz ujmując autorytetom. Niedawne kampanie społeczne zwracają naszą uwagę na osamotnienie osób starszych. W wielu rodzinach, w pędzie codziennego życia, zapomina się o babciach i dziadkach. Członkowie rodzin w poszukiwaniu pracy, lepszej edukacji wyjeżdżają z małych miejscowości do większych miast, czy też decydują się na emigrację. Geograficzne rozdzielanie obniża motywację starszych do samotnego obchodzenia świąt. Niewykluczone również, że najmłodsi i najstarsi wyrażają w ten sposób swój sprzeciw wobec tego, co dzieje się wewnątrz rodzin, wobec konfliktów, podziałów, które stają się najbardziej widoczne w takich momentach jak święta. Dążenie to wynika u nich oczywiście z innych źródeł – u młodych ze spontaniczności, impulsywności, nastawienia idealistycznego, u starszych z doświadczenia życiowego, poczucia bezsilności, narosłych przez lata frustracji. Ciekawe, bo ten wynik skłania do spojrzenia na święta również pod kątem ogromnych oczekiwań, które u nas generują, i którym jest niesamowicie trudno sprostać – oczekiwania pięknej, zgodnej rodziny, zasiadającej przy suto zastawionym stole.



Julia Izmałkova

Psycholog, badaczka
i ewangelistka etnografii
w Polsce, CEO jedynej
agencji badawczej
w Europie specjalizującej się
w biznesowych badaniach
etnograficznych
www.izmałkova.com,
autor bloga
www.myflirtwithreality.com

”

Dla starszych ludzi zmiany, które obecnie zachodzą w związku z atmosferą świąt są bardzo ciężkie, ponieważ stanowią ogromny kontrast w stosunku do tego, co przeżyli w swoim życiu. Przesądza o tym kilka elementów. Trzeba pamiętać, że nasi dziadkowie są jeszcze z pokolenia wojny. Nie mieli prawie nic, i tym „nic” lub „niewiele” potrafili się dzielić, a radością przepełniał ich fakt, że są zdrowi i że przetrwali. Dlatego współczesne święta nafaszerowane dobrami materialnymi są dla nich nie do końca zrozumiałe, trudne... Kwestia ofiarowania prezentów nie jest taka oczywista, a na pewno nie jest oczywista tak duża ich liczba. Ta tradycja zmieniła się diametralnie. Według naszych dziadków prezenty raczej powinny być symboliczne. Z kolei tę życzliwość w formie obdarowywania, którą widać w badaniu, ja odbieram jako deklarację (bardzo bym chciała żeby było pytanie o konkretne życzliwe zachowanie w ciągu ostatniego tygodnia), podczas kiedy dawniej ta życzliwość to był fakt – razem się przygotowywało święta i spędzało czas. I celebrowało przy rodzinnym stole narodziny Chrystusa. Nic dziwnego, że starsze osoby odczuwają pewien rodzaj buntu przeciw temu, co się dzieje, jak wyglądają współczesne święta.



Obchodzenie świąt



Katarzyna Kucewicz
Psycholog, psychoterapeuta
www.kucewiczpiotrowicz.pl

”

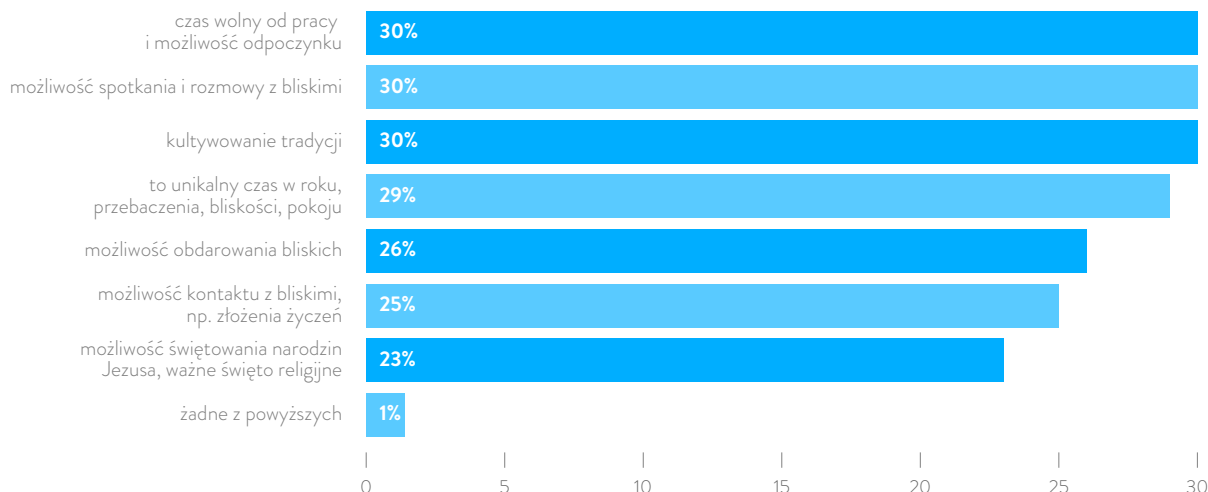
Podejrzewam, że wskaźnik jest niższy bo istotnie, osoby 55+ po prostu nie mają z kim tych świąt obchodzić. Myślę, że to osoby będące często rodzicami osób urodzonych w latach '80, które swoją karierę realizują często za granicą, czy w dużych miastach i nie mają możliwości by wrócić do domu na święta, bo na przykład w Wigilię pracują do 17. Oczywiście można by rzec, dla chcącego nic trudnego, ale w dobie kryzysu, Polacy boją się o swoją posadę i często godzą się na wszystkie warunki w obawie by pracy nie stracić. Raczej widzę to w ten sposób, że przeważnie nie jest to żadna znieczulica i brak wartości rodzinnych tylko przykra konieczność.



Rodzinne, tradycyjne, relaksujące

Rodzina przede wszystkim. Dla Polaków najważniejsza w świątach Bożego Narodzenia jest możliwość spotkania i rozmowy z bliskimi (30% wskazań), możliwość kultywowania tradycji (30%) i fakt, że jest to czas wolny od pracy, który daje możliwość odpoczynku i relaksu (ponownie 30% wskazań). Najwyraźniej zabiegani na co dzień oczekujemy, że święta staną się chwilą wytchnienia i okazją do podtrzymania, a czasem może odnowienia bądź odbudowania, tak nam potrzebnych kontaktów z bliskimi. Polacy także dostrzegają i odczuwają to, że święta to wyjątkowy czas w roku – czas przebaczenia, bliskości i pokoju (29% wskazań), a także okazja do uszczęśliwiania i obdarowywania bliskich oraz składania im najlepszych życzeń. Najwyraźniej jesteśmy spragnieni bliskości.

Wykres 90: Co jest dla Ciebie najważniejsze podczas świąt Bożego Narodzenia? Wskaż maksymalnie 3 elementy, badani obchodzący święta, N=1219, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Jeśli już obchodzimy święta Bożego Narodzenia, są one dla nas wielowymiarowe, oznaczają kultywowanie tradycji, możliwość spotkania i rozmowy z bliskimi, czas wolny i znowu – możliwość kontaktu z bliskimi...



Joanna Tomczak

Psycholog, feministka, blogerka
joannatomczak.tumblr.com

”

Wydaje mi się, że wielu z nas coraz mocniej odczuwa potrzebę więzi. Zostaliśmy przygotowani do bycia indywidualistami skupionymi na rozwijaniu własnej ścieżki życiowej. Nasze pokolenie odczuwa jednak związany z tym konflikt – mocne skupienie na sobie oddala nas od siebie, utrudnia zbudowanie więzi rodzinnych, rodzi tęsknoty za bliskością, którą niektórzy z nas próbują realizować poprzez tradycyjne wzorce. Te jednak często po prostu w naszym przypadku nie działają. Zmieniły się nasze przekonania dotyczące rodziny, ról płciowych, posiadania dzieci. Czujemy się zagubieni również przez zmiany zachodzące w świecie, przez narastające konflikty, utratę poczucia bezpieczeństwa. To również zbliża. Świat kreowany przez reklamy w coraz większym stopniu odstaje od naszych doświadczeń. Brzmi to pesymistycznie, jednak niesie za sobą pozytyw. W zagmatwaniu dzisiejszego świata pojawia się przestrzeń do powszechnej refleksji nad wartościami. Ludzie zastanawiają się nad tym, co jest ważne i jaka jest natura świata w jakim żyjemy

”

Jadwiga Jeznach

Pedagog, wieloletni nauczyciel
w szkole podstawowej

Polacy to bardzo rodzinny naród. Na co dzień mamy niewiele czasu, żeby okazywać sobie uczucia, a co dopiero o nich mówić. Atmosfera świąt temu sprzyja, wyzwala najlepsze uczucia, daje poczucie akceptacji przez najbliższych. Dlatego święta nie powinny stawać się okazją do załatwiania trudnych spraw czy rozliczeń w rodzinie, a tak się czasem dzieje. Rodzinni jesteśmy cały rok, w całej okazałości widać to w Boże Narodzenie. Może po prostu na co dzień powinniśmy więcej radości i miłości odczytywać z drobnych gestów i słów naszych bliskich.



Katarzyna Kucewicz

Psycholog, psychoterapeuta
www.kucewiczpiotrowicz.pl

”

Indywidualizm nie oznacza, że zanika nam potrzeba utrzymywania relacji, ona jest ewolucyjnie niezbędna do przetrwania gatunku :) Niestety tak, jak to mówiłam wcześniej, z różnych losowych przyczyn często nie możemy tej potrzeby realizować na co dzień tylko właśnie od święta. Polacy zachłystnęli się kilka, kilkanaście lat temu zachodnimi świętami takimi jak walentynki, czy halloween, ale teraz wracają do polskich tradycji, polskość robi się trendy, lubimy polskie kosmetyki, modę polskich projektantów, a przede wszystkim wracamy do tradycyjnych polskich wartości, spośród których jedną z głównych jest rodzinność, wspólne biesiadowanie.



Ewa Kaczorkiewicz

Psycholog i psychoterapeutka.
Prowadzi psychoterapię
indywidualną i terapię par.
www.kaczorkiewicz.com

”

Dla mnie ogromnie trafne jest użyte sformułowanie „spragnieni bliskości”. I wcale nie mam poczucia, że jest ono sprzeczne z rosnącym indywidualizmem, ale raczej jest jego naturalną konsekwencją. Współcześni Polacy w dużo większym stopniu niż kiedyś zajmują się sobą – realizują stawiane sobie cele, zaspokajają swoje potrzeby, inwestują we własny rozwój, dbają o swoją dietę i swoje ciało. I dobrze, że tak się dzieje, ale jednocześnie często zdarza się, że równowaga w naszym życiu zostaje zachwiana, bo gdy robimy to wszystko, to czasami tracimy z oczu lub po prostu nie mamy czasu i energii na inne ważne sprawy w życiu – relacje z innymi, czas na spotkania, kultywowanie tradycji, duchowość, refleksje nad życiem. Moje doświadczenia z gabinetu psychoterapeutycznego pokazują, że pragnienie bliskości w relacji z drugim człowiekiem to uniwersalna potrzeba i jednocześnie niesłychanie częsty brak w życiu współczesnych Polaków.



Maia Sobczak

Psycholog, dietoterapeutka,
pracuje w oparciu najstarsze
medycyny świata,
założycielka QmamKasze

”

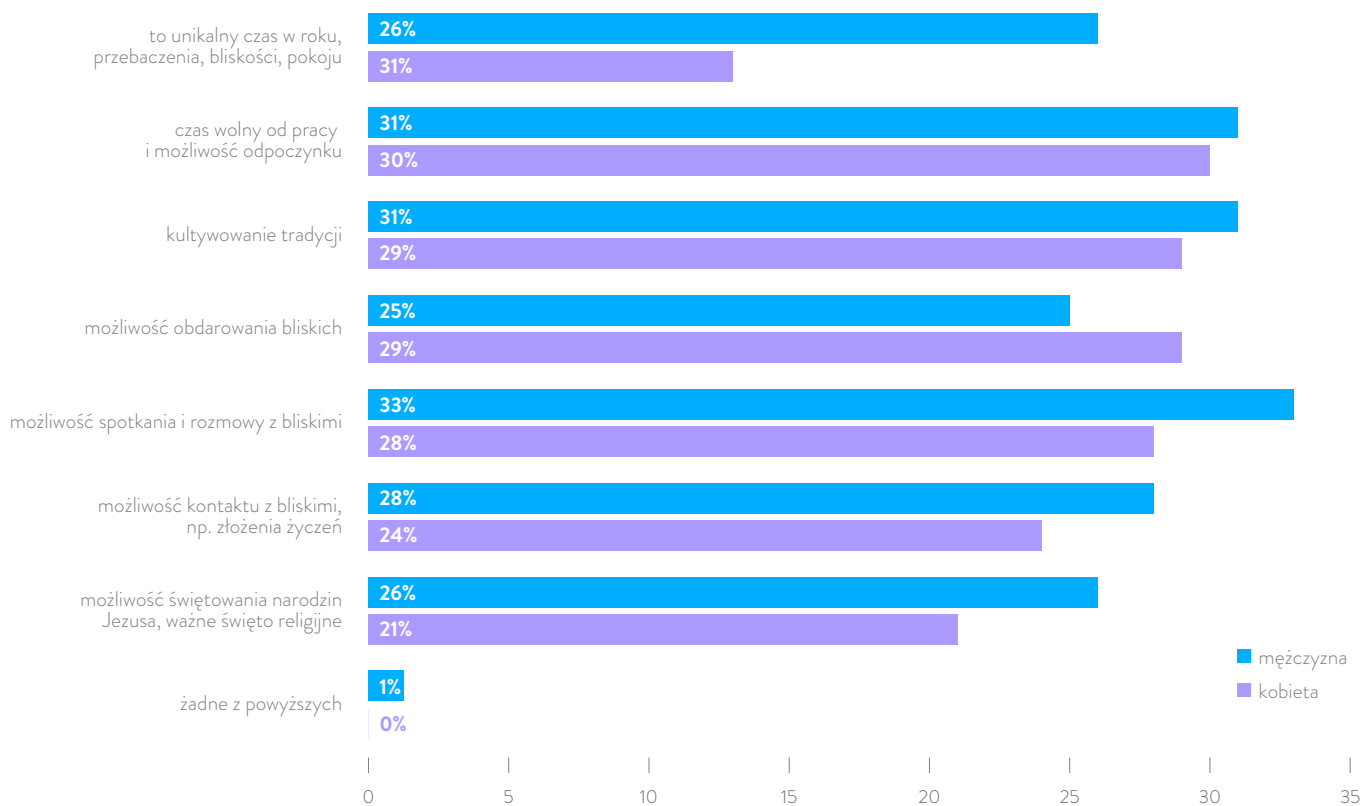
Myślę że brakuje nam kontaktów z bliskimi, świat pędzi w zawrotnym tempie serwując coraz to wymyślniejsze sprzęty, rzeczy, które trzeba mieć, kredyty do spłacenia i portale społecznościowe. Coraz mniej w tym wszystkich prawdziwie ludzkich, szczerych kontaktów. W gronie najbliższych nie trzeba być kimś, wystarczy być i to stanowi wartość samą w sobie. Nic nie zastąpi wspólnych rozmów przy stole, wspomnień, ciepła, normalnej troski – to wszystko można spakować do jednego pudełka z napisem bezwarunkowa miłość. To jej tak naprawdę pragniemy, to ona nas wypełnia, rzeczywiście nasycza.



Rozmowni Panowie i refleksyjne Panie

Polki i Polacy dość podobnie postrzegają święta i doceniają podobne elementy, czy wymiary świąt. Są jednak pewne różnice. Mężczyźni częściej podkreślają religijny wymiar świąt i fakt, że jest to okazja do spotkania i rozmowy z bliskimi (+5 p.p. przewagi). Kobiety częściej wskazują na fakt, że Boże Narodzenie to czas wyjątkowy – przebaczenia, bliskości i pokoju (+5 p.p. przewagi).

Wykres 91: Co jest dla Ciebie najważniejsze podczas świąt Bożego Narodzenia? Wskaż maksymalnie 3 elementy (wg płci), badani obchodzący święta, N=1219, badanie „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Częściej na bliskość i rozmowy z rodziną jako najważniejszy element świąt wskazują mężczyźni. Dlaczego?



Katarzyna Kucewicz
Psycholog, psychoterapeuta
www.kucewiczpiotrowicz.pl

”

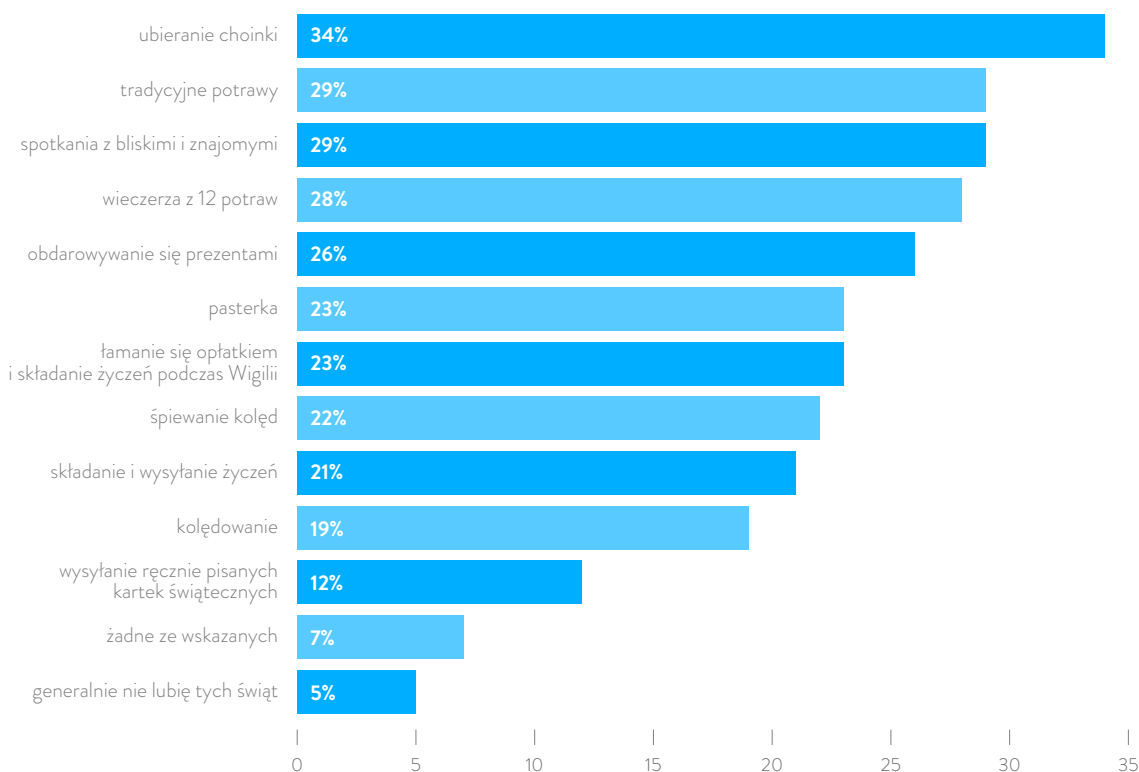
Zdecydowanie zgadza się to z moimi obserwacjami, bo w moim gabinecie coraz częściej pojawiają się mężczyźni na wysokich stanowiskach, zamożni, ale samotni, mający poczucie pustki wewnętrznej i niezrozumienia, wykończeni morderczym wyścigiem o pozycję, właśnie w przedziale wiekowym 30-40. Często to, czego im brakuje, to zwyczajna ciepła rozmowa, wsparcie, poklepanie po plecach, proste rzeczy, których nie mają w domu, o które nie umieją poprosić. Otoczeni luksusem, ale głęboko nieszczęśliwi, czasem taki mam obraz polskich biznesmenów, którzy do mnie trafiają. Choć oczywiście nie wszyscy tak się czują, w moim zawodzie nie można generalizować.



Zwyczaje znane i lubiane

Badani wskazują średnio dwie tradycje świąteczne, które lubią. Najczęściej jest to ubieranie choinki (34% wskazań). Na drugim miejscu ex aequo znalazły się natomiast tradycyjne potrawy i spotkania z bliskimi i znajomymi (po 29% wskazań), chociaż w zasadzie generalnie potrawom można by było przyznać pierwsze miejsce ponieważ na kolejnym – trzecim miejscu – znalazła się wigilia z 12 potraw. Można zatem powiedzieć, że sumarycznie tradycje związane ze świątecznym jedzeniem wskazało jako ulubione aż 44% osób. Na pasterkę lubi chodzić 23% Polaków, a kolędować 19%. Mimo postępującej cyfryzacji, ręcznie pisane kartki świąteczne lubi wciąż wysłać 12% z nas. Najwyraźniej „od święta” jesteśmy tradycyjni. Preferencje co do zwyczajów są dość podobne niezależnie od płci. Panowie są nieco mniejszymi zwolennikami tradycyjnych potraw niż panie. Najwięcej ulubionych zwyczajów mają osoby w wieku 35-44 lata i 45-54 lata. Jest to ponad trzy, w porównaniu do statystycznie wymienianych dwóch. 7% osób wskazało, że nie lubi żadnych zwyczajów świątecznych, a 5%, że generalnie w ogóle nie lubi świąt Bożego Narodzenia. Kim są osoby, które najmniej lubią święta? To osoby najmłodsze, w wieku 15-18 lat (8% wskazań), mieszkańcy największych miast (12%) i single (11%).

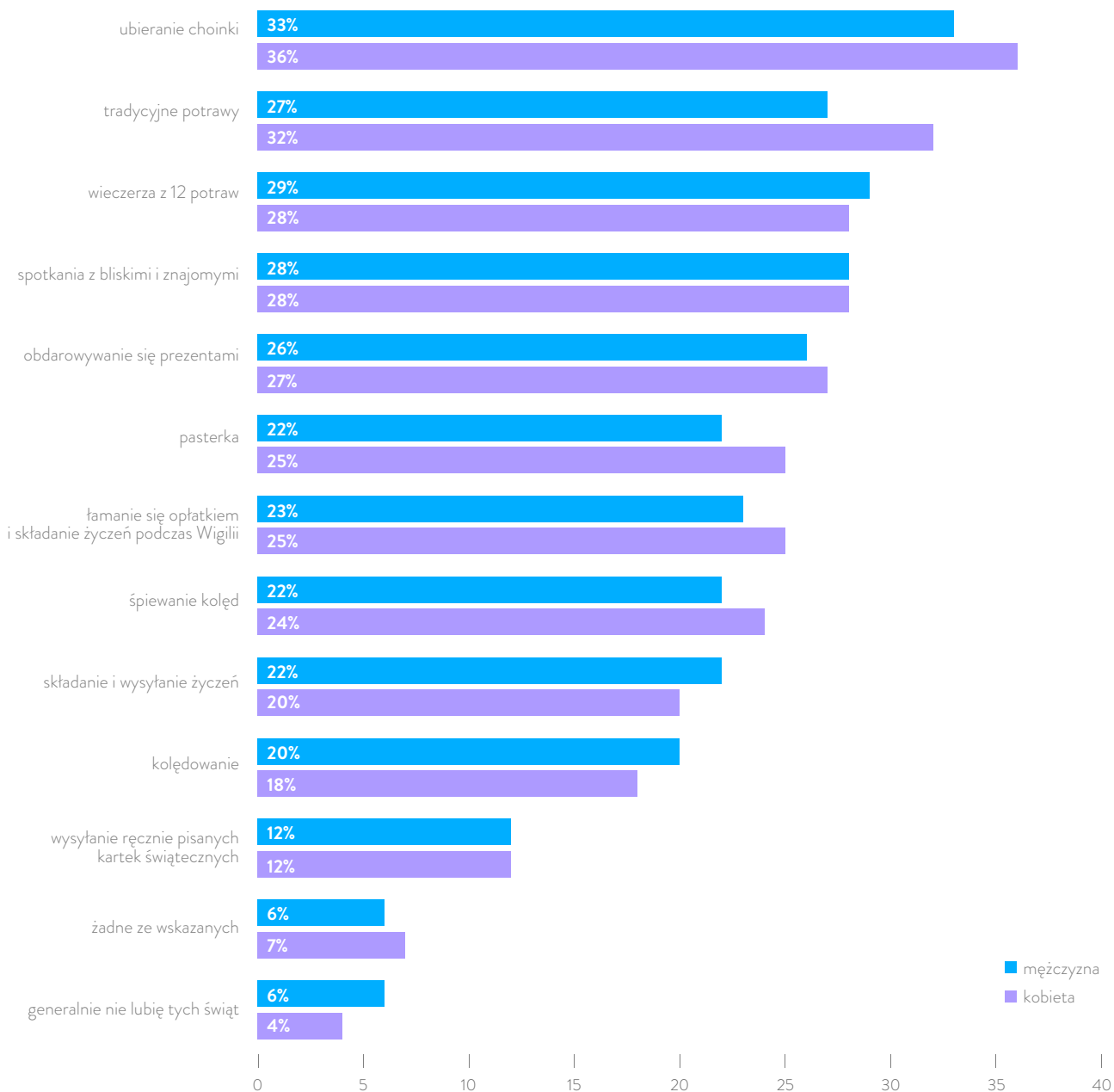
Wykres 92: Jakie tradycje i zwyczaje świąteczne lubisz najbardziej?, N=1667, wszyscy badani „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Obchodzenie świąt

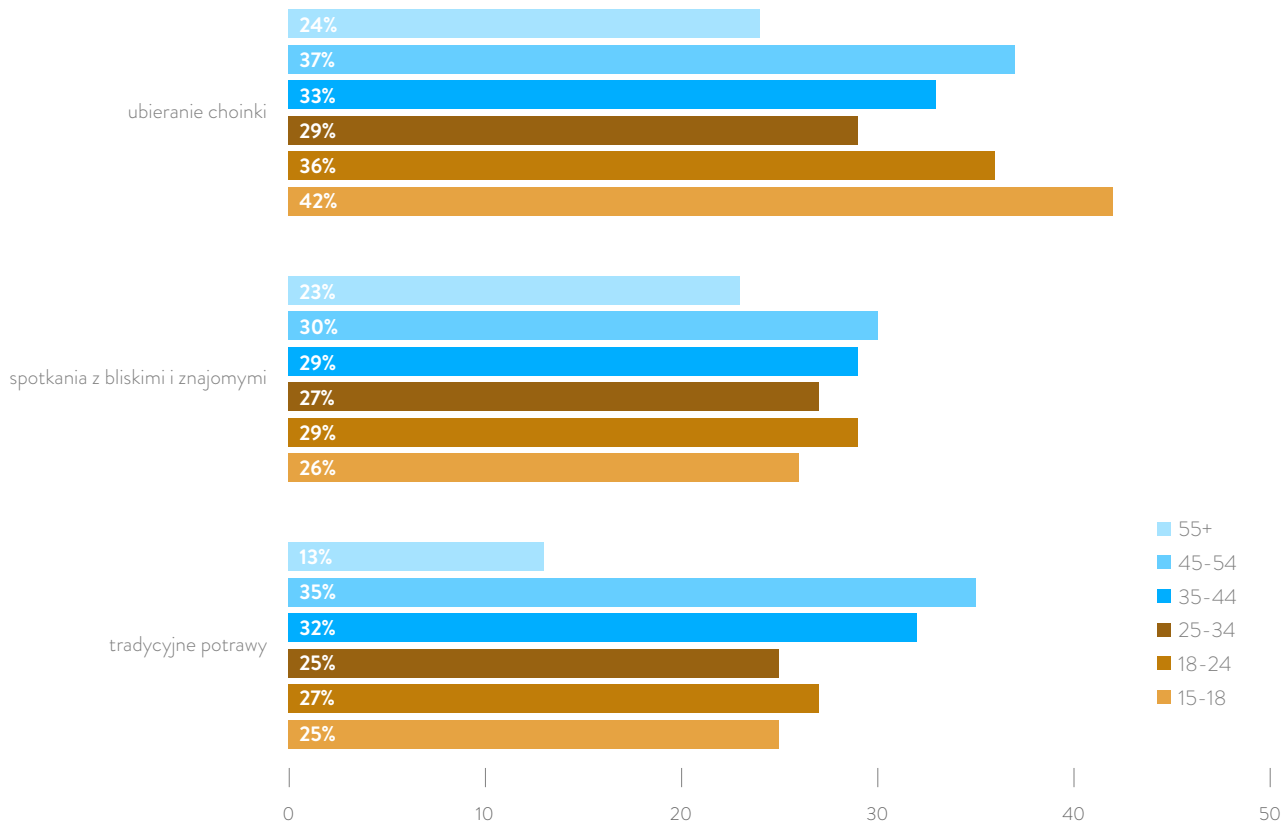
Wykres 93: Jakie tradycje i zwyczaje świąteczne lubisz najbardziej? (wg płci), N=1667, wszyscy badani „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



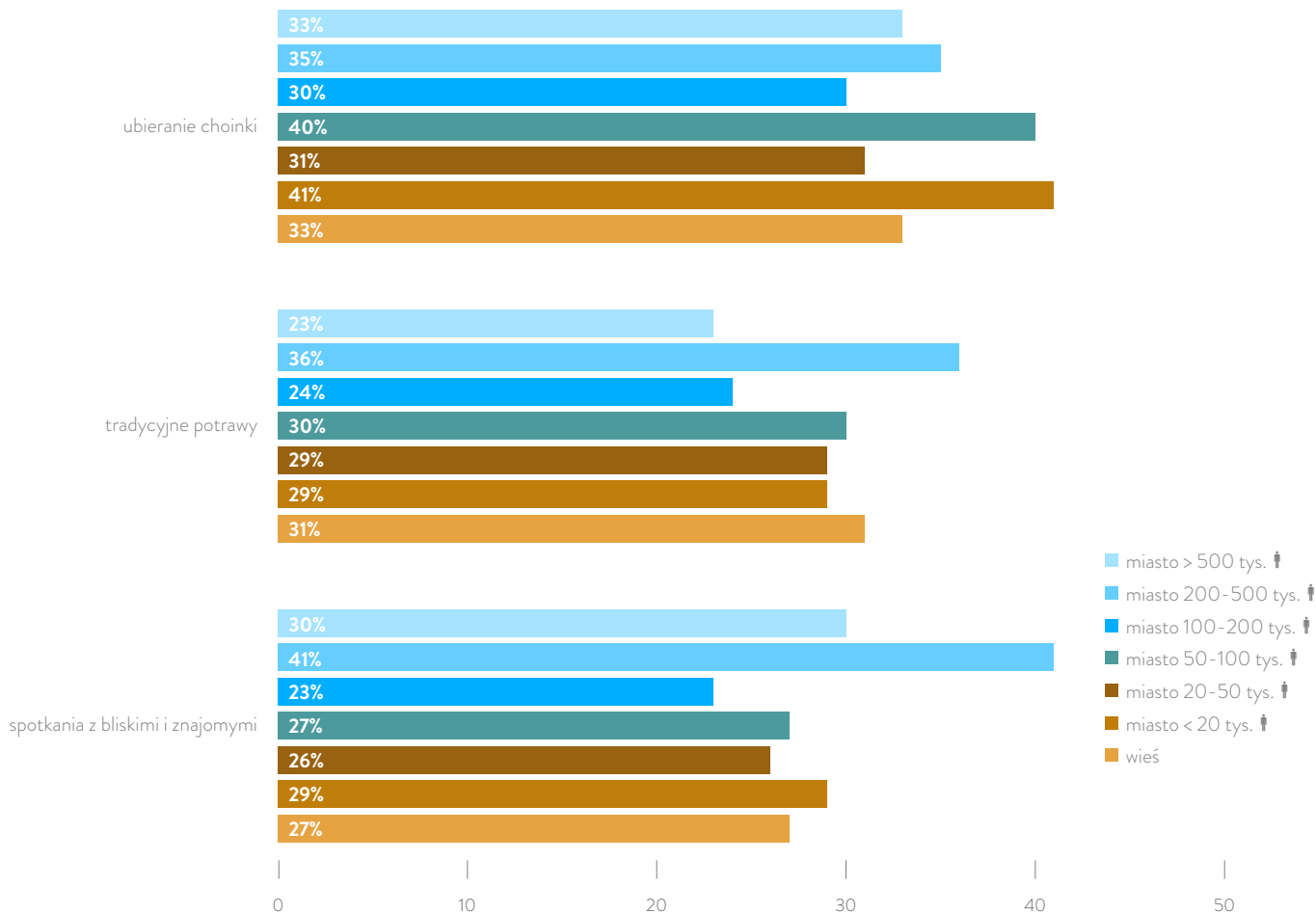


Obchodzenie świąt

Wykres 94: Jakie tradycje i zwyczaje świąteczne lubisz najbardziej? (Top 3 wskazania, wg wieku), N=1667, wszyscy badani „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015



Wykres 95: Jakie tradycje i zwyczaje świąteczne lubisz najbardziej? (Top 3 wskazania, wg miejsca zamieszkania), N=1667, wszyscy badani „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta?”, grudzień 2015





Polacy wskazują statystycznie po kilka ulubionych zwyczajów świątecznych. Obdarowywanie się prezentami znajduje się w czołówce, ale nie na pierwszym miejscu. Najpopularniejsze wskazanie to ubieranie choinki, a dalej wieczerza. Czy Boże Narodzenie jest, czy nie jest skomercjalizowane?



Julia Izmałkova

Psycholog, badaczka
i ewangelistka etnografii
w Polsce, CEO jedynej
agencji badawczej
w Europie specjalizującej się
w biznesowych badaniach
etnograficznych
www.izmałkova.com,
autor bloga
www.myflirtwithreality.com

”

Z badania wynika, że lubimy wiele zwyczajów związanych z Bożym Narodzeniem, w tym choćby ubierać choinkę... ale czy to jest rytuał? Tak naprawdę, ciekawe jest, co to dla nas, jako osób coraz częściej podchodzących do świąt zadaniowo, oznacza. Ubieranie choinki, jak się okazuje, jest dość skomercjalizowanym elementem. Co roku w sprzedaży jest dostępna coraz większa liczba bombek i lampek, a przecież po świątach nie wyrzucamy choinki razem z ozdobami... Pytanie więc - kto co roku kupuje te bombki i lampki? Nie wiemy do końca, co Polacy, mówiąc, że lubią ubierać choinkę, mają na myśli. Czy sam ten proces nas cieszy, czy wspólnie ubieramy drzewko, czy raczej je po prostu stroimy, podobnie jak domy wolnostojące, które często całe świecą w okresie świątecznym. To jest dość medialne, oglądamy takie domki i piękne choinki w telewizji i też takie chcemy mieć. Podobnie z wieczerzą wigilijną. Tu akurat jesteśmy mało kreatywni. Wydaje się nam, że gdyby nie było tej wieczerzy, tych 12 potraw, to byłoby to świętokradztwo... Ciągłe więc gotujemy to samo. I znów, osoby w większych miastach wychodzą z inicjatywą. Wydaje się, że są bardziej refleksyjne, zadają sobie pytanie - Po co to w ogóle jest? Jaką spełnia to rolę? Jeśli mamy wszyscy usiąść przy wspólnym stole i porozmawiać, to po co mam się tak męczyć? Może zamówimy catering albo pójdźmy do restauracji? Oczywiście tam wciąż zjemy pierogi. Rytuały porządkują nasze życie i dają poczucie bezpieczeństwa, potrzebujemy ich żeby żyć i przetrwać, ale w najlepszym przypadku powinny być dostosowane do współczesnego świata. Mało jest w nas refleksyjności. Warto zastanowić się, czemu się spotykamy, po co dajemy prezenty, dlaczego akurat po pierwszej gwiazdce?

Kochani,

Ślemy Wam najserdeczniejsze życzenia, Umiejętności obdarowywania się nie tylko poprzez zakup prezentów, ale także przez wzajemną życzliwość, dobre uczynki i pomoc potrzebującym jak w przypadku 78% Polaków, Bogactwa świąt rozumianych jako okazja do bliskości, spotkania i rozmowy z rodziną, jak w przypadku 45% z nas, Radości podczas kupowania prezentów, którą odczuwa 42% z nas i jak najmniej stresu, który trapi 14% biegających za upominkami,

A także wiary wspólnie z 29% Polaków, że święta Bożego Narodzenia to czas wyjątkowy: dobroci, bliskości i pokoju, który, miejmy nadzieję, będzie trwał jak najdłużej.

Zespół Allegro

Biblioteczka
fana świat





Świąteczne artykuły

- ✓ 121 pomysłów na Gwiazdkowe Prezenty, artykuł w magazynie Świat Kobiety, nr 12, grudzień 2009
- ✓ 80% Polaków kupuje prezenty, artykuł i sondaż w serwisie newsweek.pl
- ✓ Co lubimy dostawać na święta, artykuł w serwisie kobietaa.pl, na podstawie badania Millward Brown dla wyjatkowyprezent.pl,
- ✓ Co piąty Polak kupuje prezenty na kredyt, artykuł w serwisie polskieradio.pl, 2014
- ✓ Do sklepów, hej pasterze, Michał Kuźmiński, Tygodnik Powszechny, nr 49, 2009
- ✓ Jak Polacy obchodzą święta, artykuł na portalu se.pl
- ✓ Jak Polacy świętują Boże Narodzenie, artykuł na portalu wp.pl
- ✓ Jakie prezenty kochamy?, artykuł w serwisie newseria.pl
- ✓ Jakie prezenty kupują Polacy, artykuł w serwisie abczdrowie.pl na podstawie badania w serwisie prezentmarzen.com
- ✓ Kobiety i mężczyźni kupujący prezenty w Wielkiej Brytanii, artykuł w serwisie bristolpost.co.uk
- ✓ Lista najbardziej denerwujących prezentów, artykuł w serwisie hotmoney.pl
- ✓ Najciekawsze zwyczaje bożonarodzeniowe na świecie, artykuł w portalu podroze.pl
- ✓ Nielubiane prezenty na świecie, artykuł w serwisie dailymail.com
- ✓ Niezadowoleni z prezentów w USA, artykuł w serwisie
- ✓ Nie wierzę w Boga ale Boże Narodzenie świętuję, artykuł w serwisie wyborcza.pl
- ✓ Nieświęte święta, komercyjna magia Bożego Narodzenia, artykuł w serwisie natemat.pl
- ✓ Opłatek z Bierutem i uszka z mięsem, Karolina Wichowska, w sieci, nr 50, 2013
- ✓ Połowa Polaków kupuje prezenty w Internecie, artykuł w serwisie interaktywnie.com na podstawie PAYBACK opinion pool
- ✓ Pomarańcze są, śledzie są, baleron bywa, Barbara Dziedzic, Polska, nr 103, 2012
- ✓ Prezent w wymiarze praktycznym, Maciej Miłoś, Uważam Rze, nr 51, 2012
- ✓ Prezenty dla dzieci, artykuł w serwisie mamazone.pl
- ✓ Prezenty dla niej i dla niego, artykuł w magazynie Claudia, nr 12, grudzień 2009
- ✓ Prezenty lat 90-tych, artykuł w serwisie imprezenty.pl
- ✓ Świąteczne prezenty sprzed lat, artykuł w serwisie warszawa.naszemiasto.pl
- ✓ Świąteczne zakupy sprzed lat, artykuł w serwisie gniezno24.pl
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł w magazynie Tina, nr 26, grudzień 2012
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł w magazynie Tina, nr 27, grudzień 2011
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł w magazynie Poradnik Domowy, nr 12, grudzień 2012
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł w magazynie Poradnik Domowy, nr 12, grudzień 2008
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł magazynie Świat Kobiety, grudzień 2008
- ✓ Propozycje prezentów, artykuł magazynie Claudia, nr 12, grudzień 2007
- ✓ Propozycje prezentów do 20 zł, 50 i 100 zł, artykuł magazynie Świat Kobiety, grudzień 2012



- ✓ Szczęście kruche jak opłatek, artykuł w magazynie Twój Styl, grudzień 2010
- ✓ Świąta będą drogie, a prezenty skromne, artykuł w serwisie gdynia.naszemiasto.pl
- ✓ Świąta singielek i singli, artykuł w serwisie marketingkobiet.pl na podstawie raportu eDarling.pl
- ✓ Świąta za Gierka, Andrzej Krajewski, Newsweek Polska, nr 52, 2010
- ✓ Tamte Wigilie, Józef Szaniawski, Nasz Dziennik, nr 299, 2006
- ✓ Tradycja wręczania prezentów, artykuł na portalu horoskop.wp.pl
- ✓ Wigilie z Dziadkiem Mrozem, Tadeusz Płużański, Najwyższy Czas!, nr 51/52, 2010

Świąteczne raporty

- ✓ Bliskość na święta, raport Nivea, 2014
- ✓ Christmas Survey 2013, Deloitte, Irlandia, 2013
- ✓ Dzieci i młodzież oczarowane magią świąt, Maryse Mappes i Patrycja Reinhart, realizacja K&A BrandResearchR, badanie porównawcze dzieci z Niemiec, Polski i USA, 2012
- ✓ E-zakupy prezentów w Wielkiej Brytanii, statystyki w serwisie statista.com
- ✓ Ewolucja świąt Bożego Narodzenia, artykuł na blogu zarabiamnablogu.pl
- ✓ Holiday Shopping Behaviour Survey, raport, USA, 2014
- ✓ Jak Polacy kupują prezenty, badanie Millward Brown na zlecenie Douglas Polska, 2013
- ✓ Prezenty kupowane w USA, statystyki w serwisie statista.com
- ✓ Prezenty kupowane w Wielkiej Brytanii, statystyki w serwisie statista.com
- ✓ Świąta lat 80-tych, forum urodzonych w tych latach
- ✓ Świąta w e-commerce, raport Ceneo, raport, 2010
- ✓ Świąta w e-commerce, raport Ceneo, raport, 2011
- ✓ Świątujemy, bo po to są Świąta!, badanie TNS Polska, 2013
- ✓ Urządzenia na jakich są kupowane prezenty w USA, statystyki w serwisie statista.com
- ✓ Wymarzone prezenty dzieci na przestrzeni lat, artykuł w serwisie urodaizdrowie.pl
- ✓ Za co kochamy święta?, badanie TNS Polska na zlecenie eBay, 2011
- ✓ Za co Polacy kochają święta?, raport Coca-Cola, 2012
- ✓ Zakupy świąteczne 2012, raport Deloitte, grudzień 2012
- ✓ Zakupy świąteczne 2013, raport Deloitte, grudzień 2013
- ✓ Zakupy świąteczne 2014, raport Deloitte, grudzień 2014
- ✓ Zakupy świąteczne 2015, raport Deloitte, grudzień 2015
- ✓ Zimowe plany i wydatki Polaków 2013-2014, raport KPMG, grudzień 2013



Świąteczne książki

- ✓ Encyklopedia polskich tradycji i zwyczajów, Janusz Jabłoński, Wydawnictwo SBM Renata Gmitrzak, 2015
- ✓ Magia świąt, Agnieszka Skórzewska-Skowron, Wydawnictwo Zielona Sowa, 2015
- ✓ Magiczne Święta, Aniela Cholewińska-Szkolik, Wydawnictwo Zielona Sowa, 2015
- ✓ Polskie obrzędy i zwyczaje doroczne, Barbara Ogrodowska, Wydawnictwo Muza, 2012
- ✓ Polskie tradycje świąteczne, Hanna Szymanderska, Wydawnictwo Świat Książki, 2004
- ✓ Zwyczaje świąteczne w Polsce, Małgorzata Kunecka, Wydawnictwo MUZA S.A. 2011

Świąteczne infografiki

- ✓ Czego pragną kobiety na święta
- ✓ Kupowane kategorie prezentów
- ✓ Misja Prezent, na podstawie badania TNS Polska dla Merlin
- ✓ Prezenty wyszukiwane w Internecie, na podstawie badania Google, 2015
- ✓ Świąteczne prezenty
- ✓ Świąteczny budżet
- ✓ Święta bez stresu, na podstawie badania Millward Brown dla Douglas Polska, 2013
- ✓ Święty Mikołaj w liczbach
- ✓ Wydatki na prezenty
- ✓ Wymarzone prezenty
- ✓ Zwyczaje i wydatki świąteczne



Metodologia

- * Raport „Od serca czy z głowy. Jak Polacy obdarowują się na święta” powstał na podstawie badania ilościowego zrealizowanego przez Mobile Institute na zlecenie Allegro w dniach 27.11.2015 -2.12.2015.
- * Zebraliśmy opinie 1667 Polaków wykorzystując responsywne ankiety CAWI (Computer-Assisted Web Interview) emitowane na stronach www oraz w wysyłce mailowej.
- * Struktura próby została skorygowana przy użyciu wagi analitycznej i odpowiada pod względem płci, wieku i wielkości miejsca zamieszkania strukturze Polaków w wieku 15 i więcej lat korzystających z Internetu . W analizie wzięliśmy pod uwagę tylko kompletne ankiety.
- * Żeby lepiej opisać i zinterpretować wyniki zrealizowaliśmy również 8 wywiadów z ekspertami – socjologami, psychologami i pedagogami. W raporcie przedstawiamy ich komentarze do niektórych wyników.

magazyn.allegro.pl