



INTERNAUCI A ŚWIĘTA BOŻEGO NARODZENIA

gemiusReport
Listopad 2005



Spis treści:

• Cel i metodologia badania	3
• Podsumowanie	5
• Sposób spędzania świąt	8
• Wyjazdy świąteczne	14
• Zwyczaje świąteczne	20
• Potrawy wigilijne	28
• Prezenty świąteczne	34
• Kupowanie prezentów w internecie	45
• Kupowanie prezentów poza internetem	52
• Demografia	57



Cel i metodologia badania



- Celem badania było określenie, w jaki sposób internauci przygotowują się do świąt Bożego Narodzenia i jak zamierzają je spędzić. Uzyskane dane porównywano do wyników analogicznego badania wykonanego w roku ubiegłym.
- Badanie zrealizowano za pomocą ankiet internetowych emitowanych na witrynach internetowych korzystających z bezpłatnego audytu site-centric stat.pl/PBI.
- Ankiety emitowane były losowo w okresie od 18 do 21 listopada 2005 roku. Analizą objęto 6 677 internautów w wieku co najmniej 15 lat, którzy wypełnili ankietę do końca.
- Aby dane były reprezentatywne dla całej populacji internautów, odpowiedzi analizowano z wykorzystaniem wagi analitycznej, skonstruowanej na podstawie danych o płci i wieku internautów oraz o ich częstotliwości korzystania z internetu w Polsce, pochodzących z październikowego badania Interbus TNS OBOP.



Podsumowanie



- Zdecydowana większość respondentów obchodzi święta Bożego Narodzenia (96,8 proc.), aczkolwiek w porównaniu do minionego roku spadł odsetek osób spędzających je w tradycyjny sposób.
- 4,4 proc. badanych zamierza spędzić świąteczny czas poza domem. Z tego ponad połowa planuje wybrać się na wczasy w Polsce bądź za granicą. Podróż co trzeciego wyjeżdżającego w tym okresie internauty związana będzie z odwiedzinami u rodziny.
- Spośród obchodzonych przez respondentów zwyczajów świątecznych, największą popularnością cieszy się dzielenie się opłatkiem (93,6 proc.), składanie sobie życzeń (92,4 proc.), przygotowywanie tradycyjnych potraw wigilijnych (88,0 proc.) oraz prezenty pod choinką (85,1 proc.). Zdecydowana większość badanych, którzy deklarują, że planują w okresie świątecznym złożyć życzenia najbliższym, zamierza zrobić to osobiście (76,1 proc.).
- 94,4 proc. respondentów przygotowuje w domu tradycyjne, świąteczne potrawy, w tym zaledwie 12,4 proc. wykorzystuje do tego celu dostępne na rynku półprodukty. Większość badanych korzysta z przepisów przekazywanych w ich rodzinie z pokolenia na pokolenie, najczęściej od mamy i babci.



- 87,1 proc. internautów deklaruje, że zamierza obdarować najbliższych prezentami na Boże Narodzenie. Trochę mniej osób planuje także zakup upominków z okazji Mikołajek. Respondenci najczęściej obdarowują prezentami swoich rodziców (74,5 proc.), później rodzeństwo (49,8 proc.) oraz dzieci (45,2 proc.).
- Najważniejszą kwestią przy wyborze prezentów świątecznych są dla badanych oczekiwania najbliższych (51,4 proc.). Na kolejnych miejscach, pod względem liczby wskazań znalazła się cena (17,3 proc.) oraz jakość towarów (14,7 proc.).
- Głównymi powodami, dla których badani dokonują zakupów w internecie są: oszczędność czasu, dostęp do towarów, których nie można znaleźć gdzie indziej, dostawa produktu prosto do domu oraz możliwość złożenia zamówienia o każdej porze. Respondenci najchętniej kupują w internecie książki, muzykę i kosmetyki. W tradycyjnych sklepach, natomiast: kosmetyki, odzież i dodatki oraz zabawki. Najpopularniejszą formą płatności, wśród internautów planujących dokonać zakupu prezentów świątecznych w internecie, jest przelew bankowy. Natomiast, poza internetem, badani najchętniej płacą gotówką.



Sposób spędzania świąt

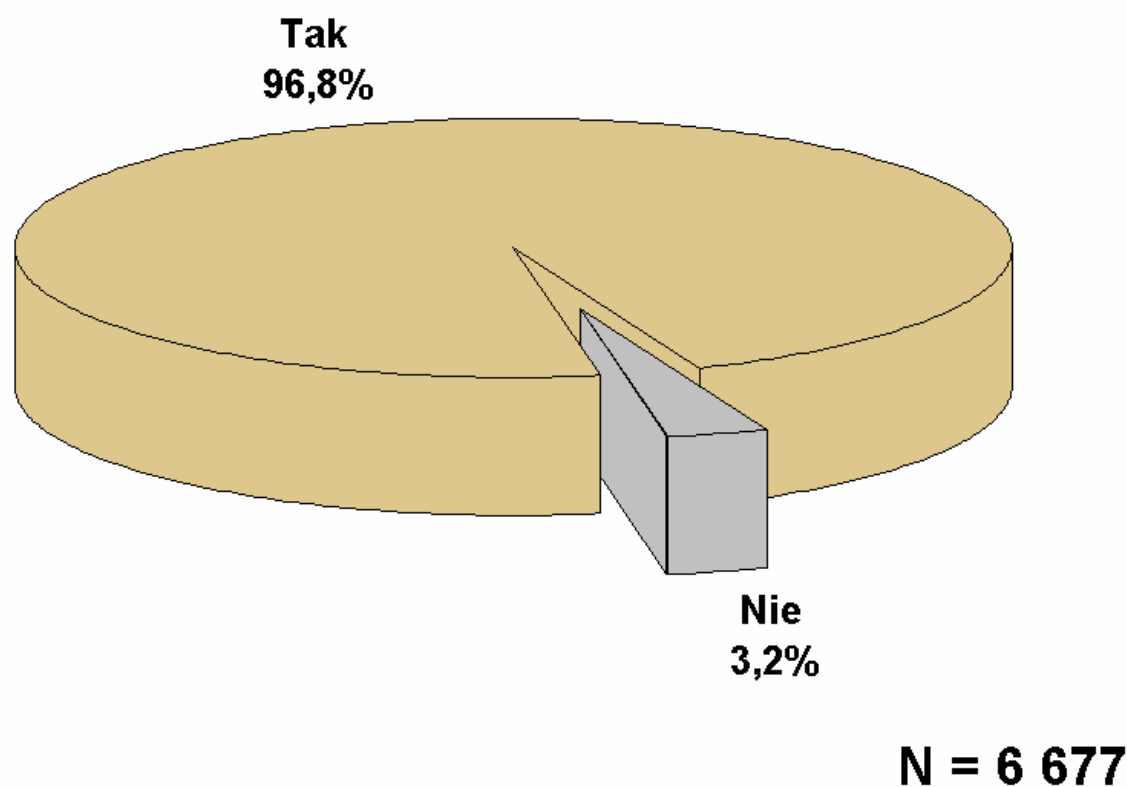


- Zdecydowana większość respondentów (96,8 proc.) obchodzi święta Bożego Narodzenia. Zważywszy na to, że Polska jest krajem silnie zakorzenionym w tradycji chrześcijańskiej, nie jest to sytuacja zaskakująca, aczkolwiek w porównaniu do minionego roku spadł odsetek osób tradycyjnie spędzających święta.
- Mimo, że większość przebadanych internautów spędzi wigilię w rodzinnym gronie 76,6 proc., to odsetek ten zmniejszył się, w porównaniu do 2004 roku, o prawie 4 punkty procentowe. Jednocześnie więcej respondentów deklaruje, że w okresie wigilijnym wyjedzie na wczasy (1,1 proc. - 2005 rok, 0,4 proc. - 2004 rok). Wzrósł również odsetek respondentów, którzy nie obchodzą wigilii. Dane te mogą świadczyć o tym, że internauci są coraz mniej konserwatywni i częściej rezygnują z rodzinnych spotkań na rzecz wyjazdów na okres świąt.

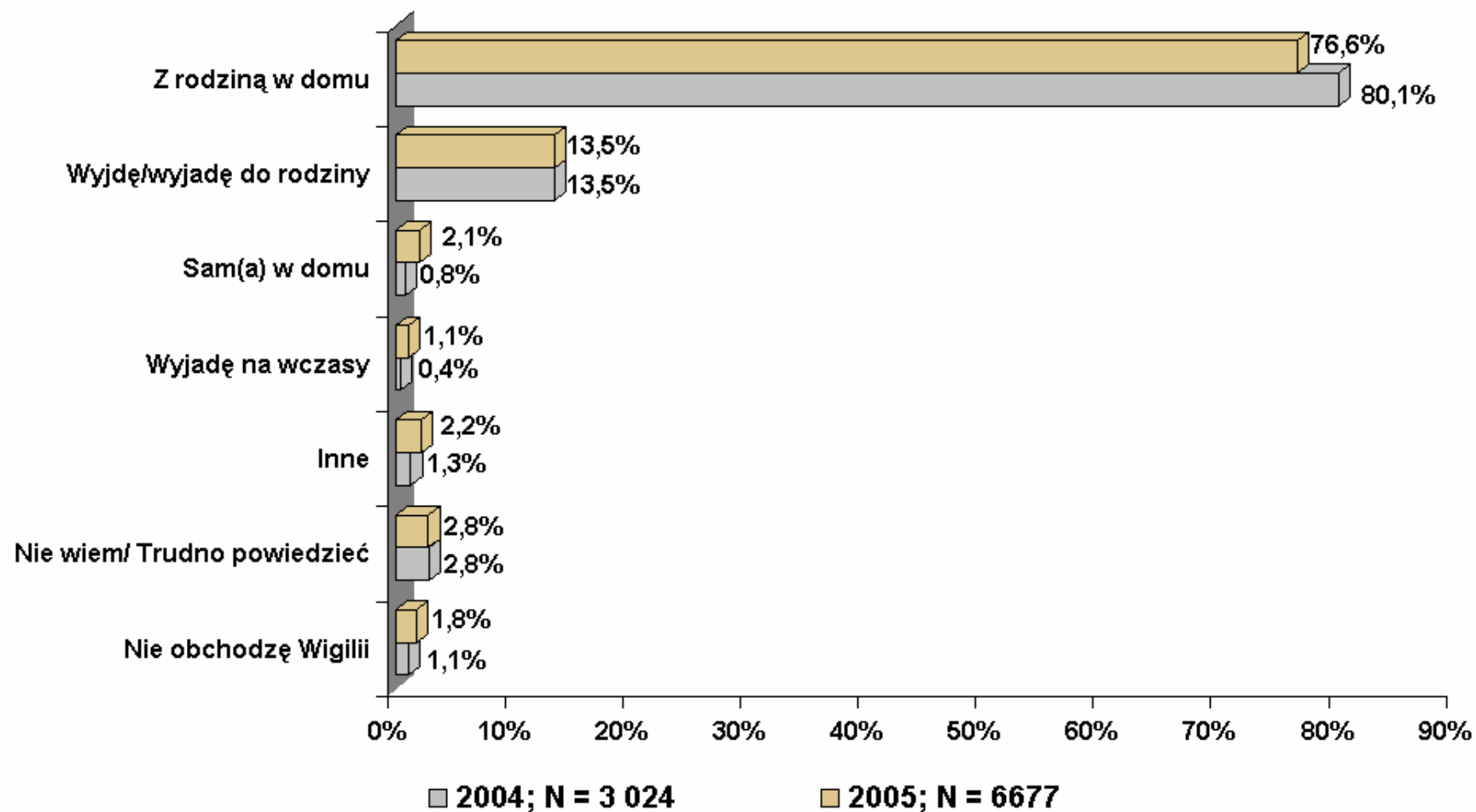


- Pierwszy i drugi dzień świąt internauci spędzą bardzo rodzinnie. Najczęściej w te dni złożą wizytę swoim bliskim (56,4 proc.), bądź też przyjmą rodzinę u siebie (45,5 proc.). W porównaniu z minionym rokiem, wartości te uległy zmniejszeniu – odpowiednio o 5,7 i 8,2 punktów procentowych. Jak wynika z analizy danych, respondenci chętniej będą odwiedzać rodzinę, niż przyjmować gości u siebie.
- Prawie dwukrotnie wzrósł odsetek osób, które będą pracować w dni świąteczne, z 2,6 proc. w 2004 roku do 5,3 proc. w roku bieżącym.
- Również ponad dwukrotnie, wzrósł odsetek respondentów deklarujących, że świąteczne dni przeznaczą na wyjazd na dłuższy wypoczynek (z 1,4 proc. do 3,3 proc.). Wyniki te obrazują przemiany, jakie zachodzą w polskim społeczeństwie. Są one związane z odchodzeniem od tradycji i większej otwartości internautów na zmiany.

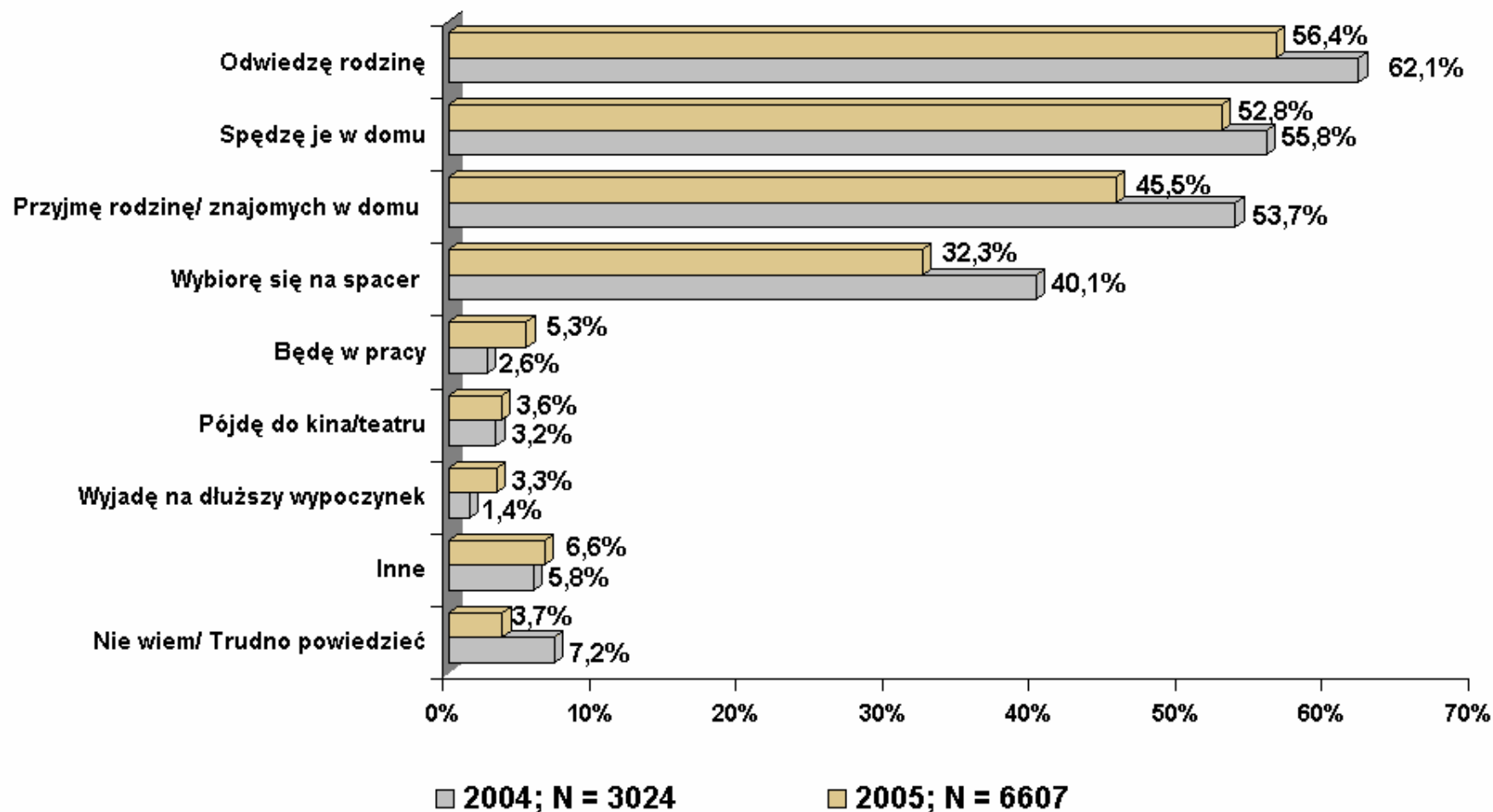
Obchodzenie świąt Bożego Narodzenia



Sposób spędzania Wigilii



Plany na pierwszy i drugi dzień świąt





Wyjazdy świąteczne

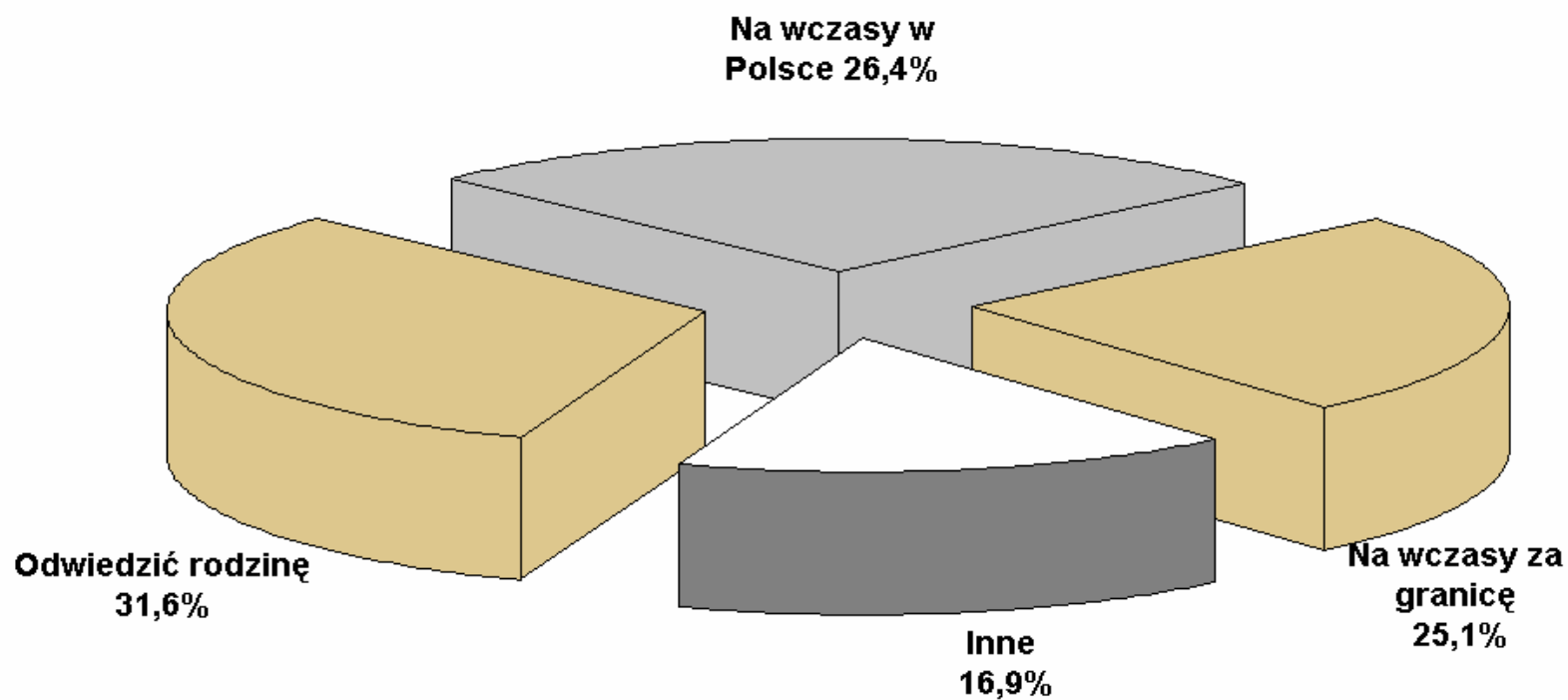


- Ponad połowa tych, którzy zamierzają spędzić świąteczny czas poza domem, planuje wybrać się na typowe wczasy, zorganizowane w Polsce bądź za granicą. Dla co trzeciego badanego, planującego wyjazd na okres świąt, podróż będzie związana z odwiedzinami rodziny.
- Zdecydowana większość osób wyjeżdżających na święta (61,2 proc.) przedłuży swój pobyt również na okres poświąteczny. Natomiast wyjazd wyłącznie na pierwszy i drugi dzień świąt planuje 20,5 proc. wszystkich, którzy zamierzają spędzić ten okres poza domem.



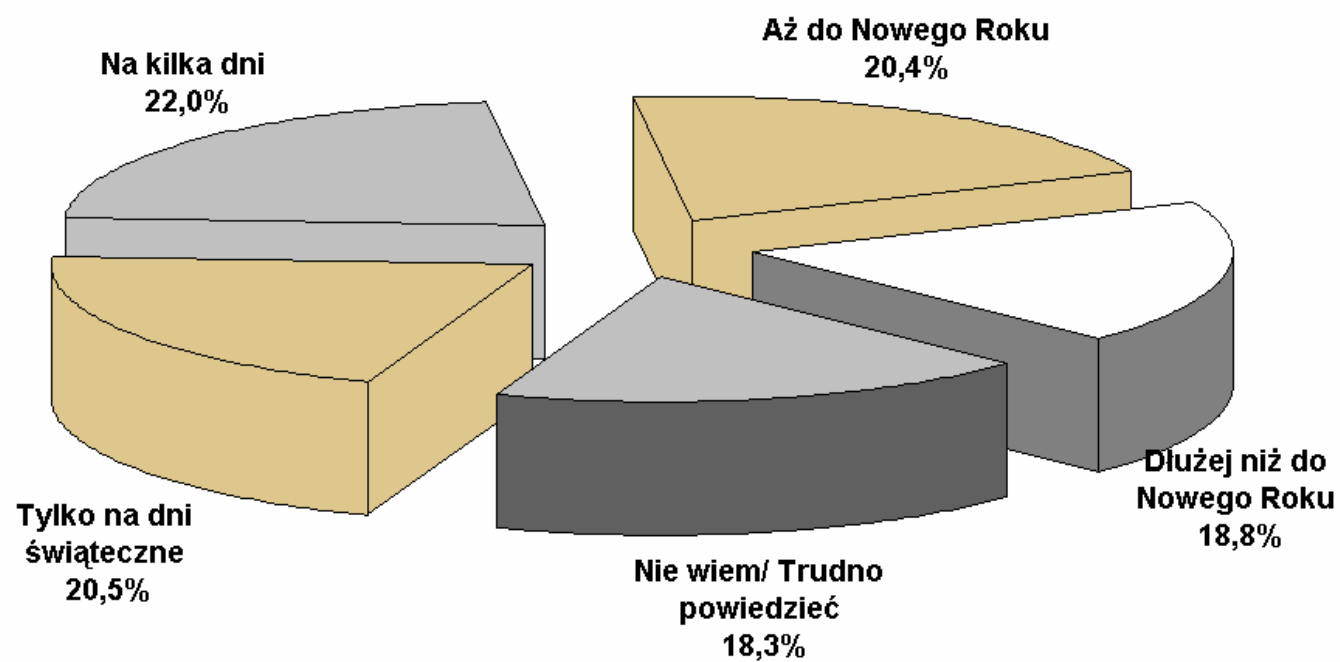
- Co trzeci (34,6 proc.) z wyjeżdżających respondentów wyda na wyjazd, w przeliczeniu na jedną osobę, powyżej 1000 pln. W porównaniu do minionego roku odsetek osób przeznaczających na wyjazd powyżej 1000 pln wzrósł ponad trzykrotnie. Natomiast co czwarty badany wyda na wyjazd 600 pln i mniej - w tym przypadku odsetek wskazań zmniejszył się o 17,1 punktów procentowych. Jak wynika z analizowanych danych, w tym roku internauci przeznaczą dużo wyższe kwoty na świąteczny wypoczynek niż w roku ubiegłym. Sytuacja taka może wynikać z wielu powodów. Niewątpliwie jednym z nich jest wzrost cen benzyny. Z drugiej jednak strony, może to również świadczyć o wzroście zamożności respondentów.

Planowane miejsce wyjazdu



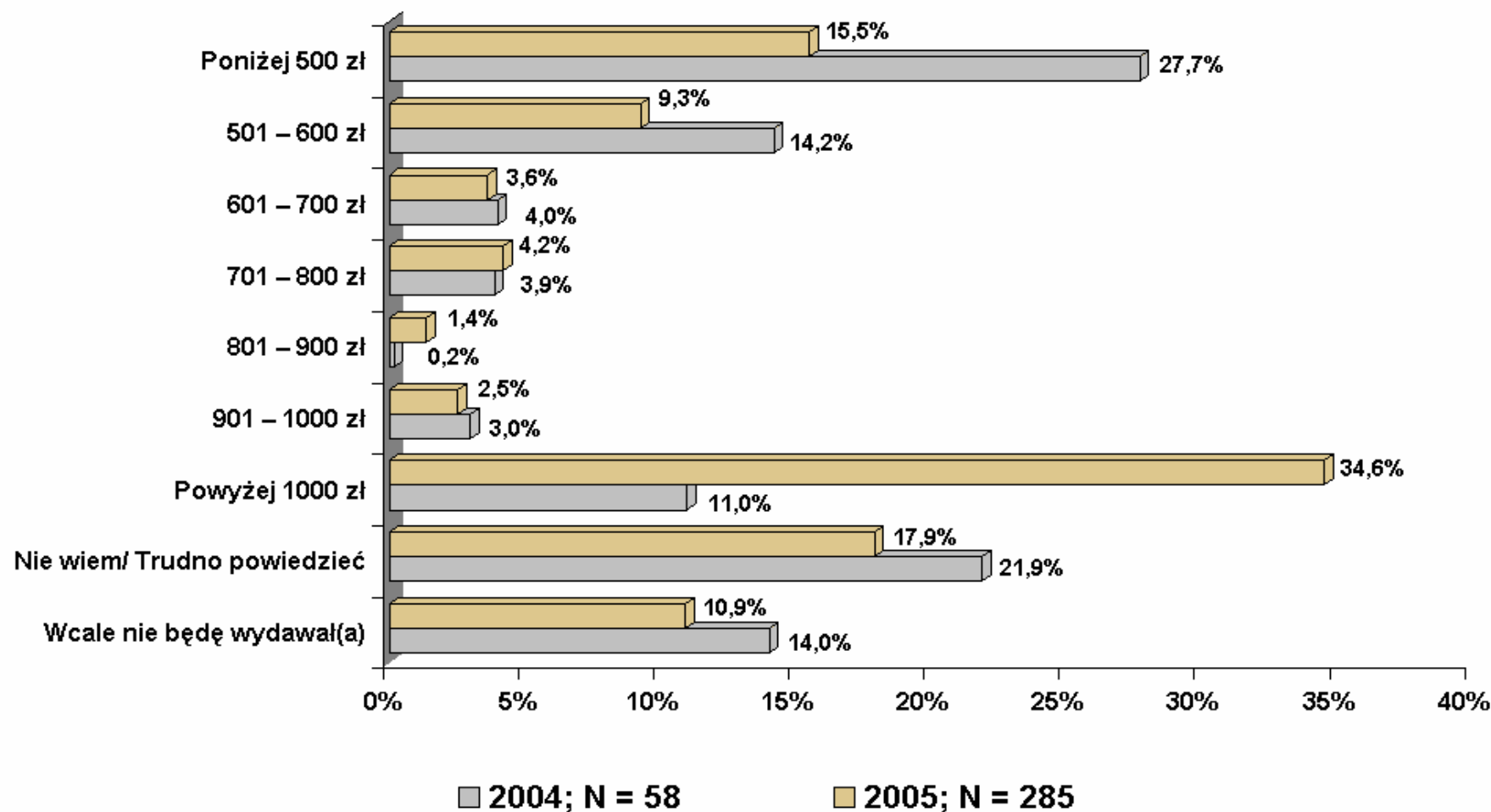
N = 285

Planowana długość wyjazdu



N = 285

Planowane wydatki związane z wyjazdem (w przeliczeniu na jedną osobę)





Zwyczaje świąteczne

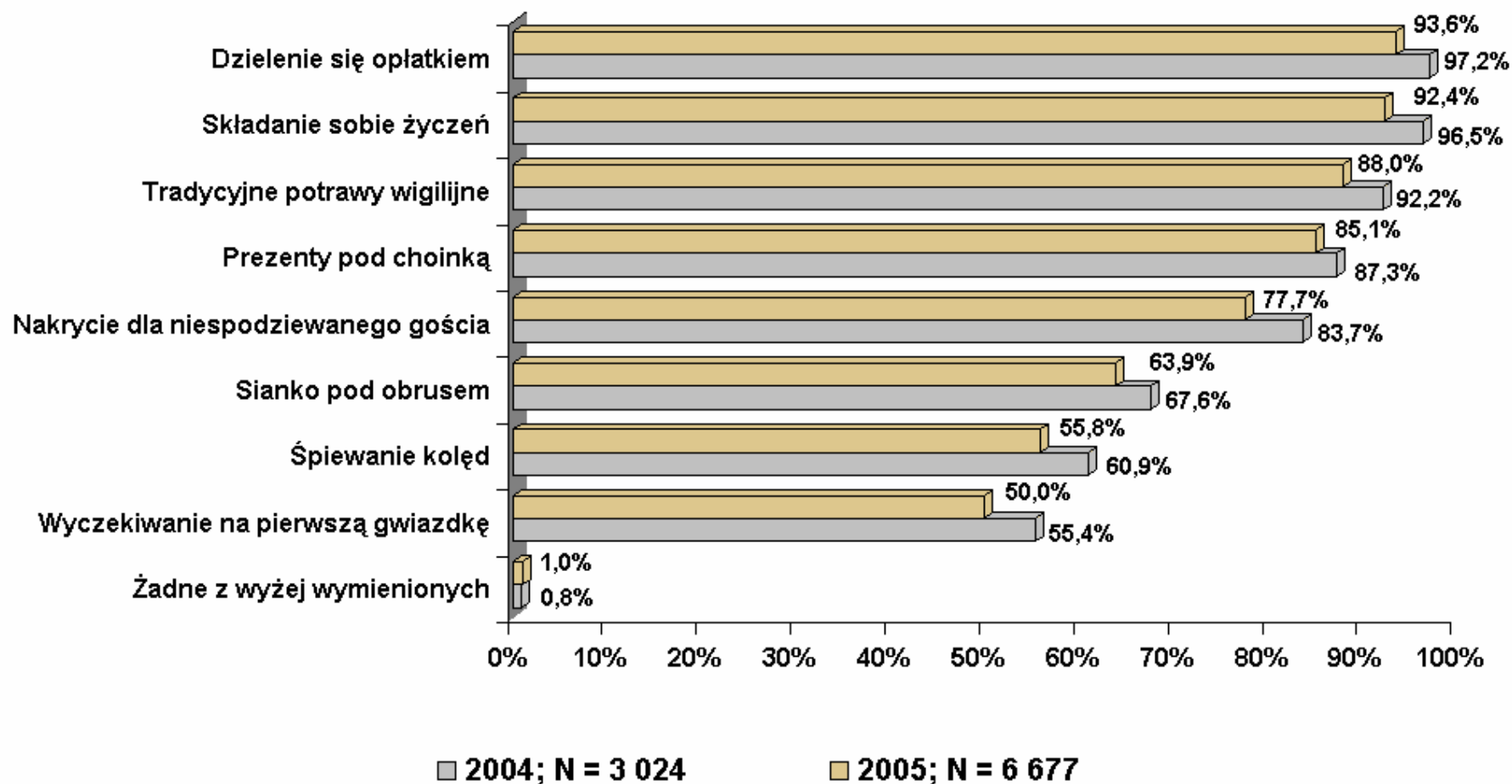


- Spośród obchodzonych przez respondentów zwyczajów świątecznych, największą popularnością cieszy się dzielenie się opłatkiem – 93,6 proc.. Niewiele mniejszy odsetek wskazań uzyskały: składanie sobie życzeń (92,4 proc.), tradycyjne potrawy wigilijne (88,0 proc.) oraz prezenty pod choinką (85,1 proc.). Jak wynika z analizowanych danych, zaledwie co druga osoba deklaruje, że w jej domu z kolacją wigilijną czeka się na pierwszą gwiazdkę. Niewiele większy odsetek badanych (55,8 proc.) planuje podczas wieczoru wigilijnego śpiewać kolędy.
- W porównaniu z ubiegłym rokiem, każdy ze zwyczajów świątecznych stracił po kilka punktów procentowych. Można więc zaobserwować, wśród internautów, tendencję do stopniowego odchodzenia od tradycyjnych bożonarodzeniowych obyczajów.
- 92,4 proc. respondentów deklaruje, że planuje w okresie świątecznym złożyć życzenia najbliższym. Zdecydowana większość (76,1 proc.) zamierza zrobić to osobiście. Na kolejnych miejscach, pod względem popularności, znalazło się wysłanie świątecznej kartki pocztą (59,0 proc.) oraz złożenie życzeń telefonicznie (58,1 proc.).
- Mimo, że wśród respondentów można zauważyć stopniowe odchodzenie od tradycyjnych zwyczajów świątecznych, to w kwestii składania życzeń zauważalna jest tendencja odwrotna. W porównaniu do minionego roku znacznie zmniejszył się odsetek osób, które planują wysłać świąteczną kartkę e-mailem oraz złożyć życzenia za pomocą sms-a z internetu.

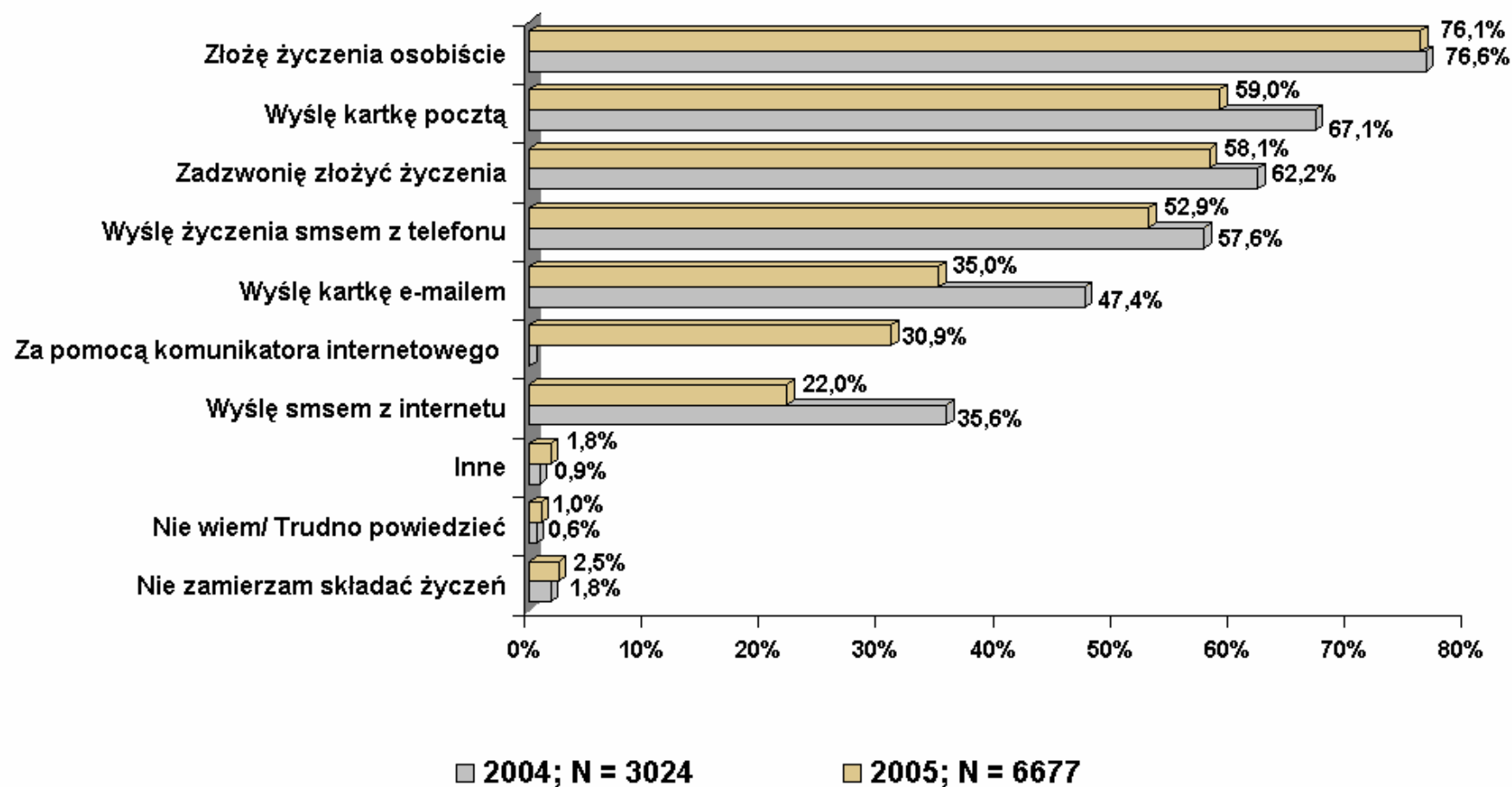


- Zdecydowana większość respondentów (92,7 proc.) deklaruje, że w ich domu będzie na święta choinka. Ponad połowa badanych (55,7 proc.) będzie mieć sztuczną choinkę, natomiast tylko co trzeci internauta będzie miał w domu naturalne drzewko. Zaledwie 3,6 proc. respondentów nie planuje ani świątecznej choinki ani stroików.
- 92,8 proc. internautów kupuje ozdoby choinkowe, przy czym co trzeci badany robi to co roku. 7,2 proc. przebadanych osób twierdzi, że nigdy nie kupuje ozdób choinkowych.
- Co trzeci respondent (35,7 proc.) wydaje na choinkę i ozdoby choinkowe poniżej 100 pln. W porównaniu z minionym rokiem odsetek respondentów przeznaczających na świąteczne drzewko i ozdoby choinkowe poniżej 100 pln wzrósł o 4 punkty procentowe. Kolejne 18,0 proc. internautów przeznacza na choinkę i ozdoby choinkowe od 100 do 300 pln.

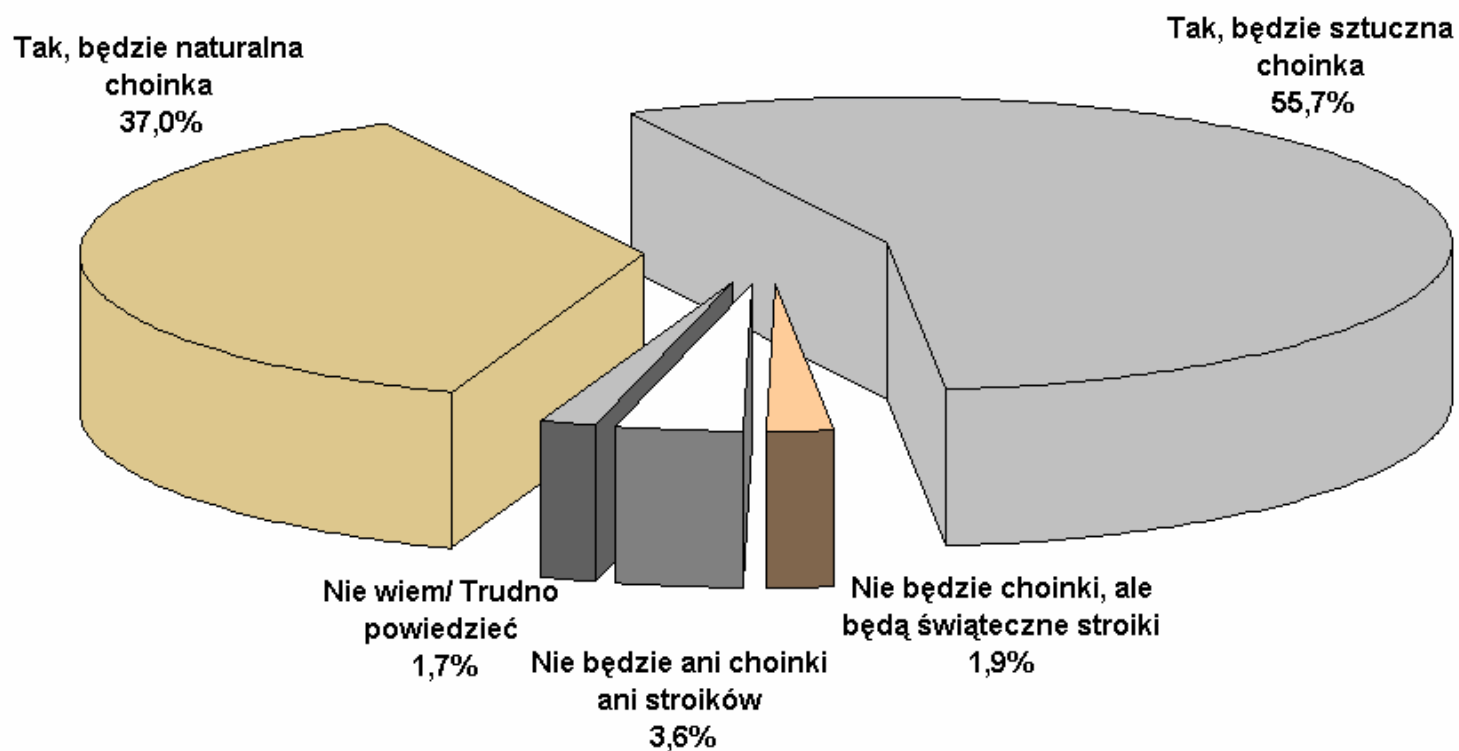
Uznawane zwyczaje świąteczne



Sposób składania życzeń

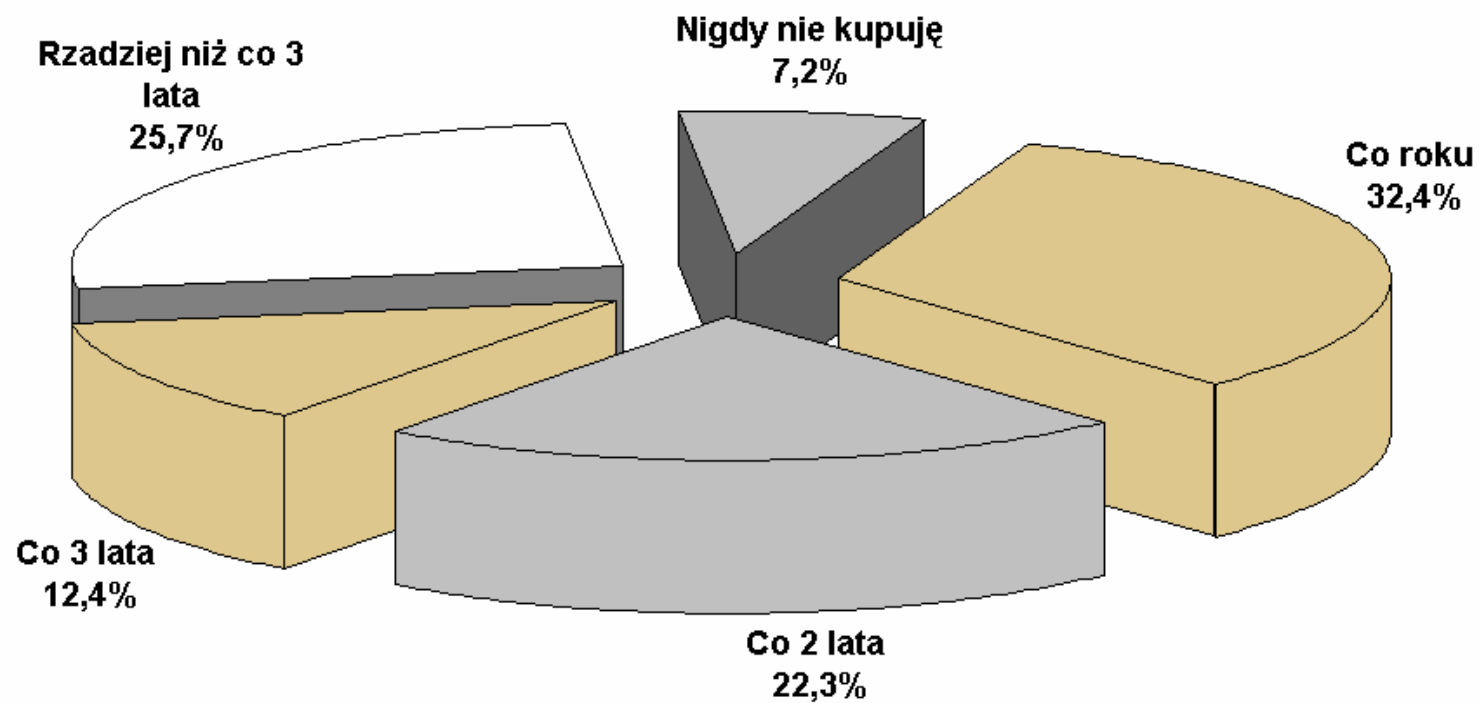


Obecność choinki



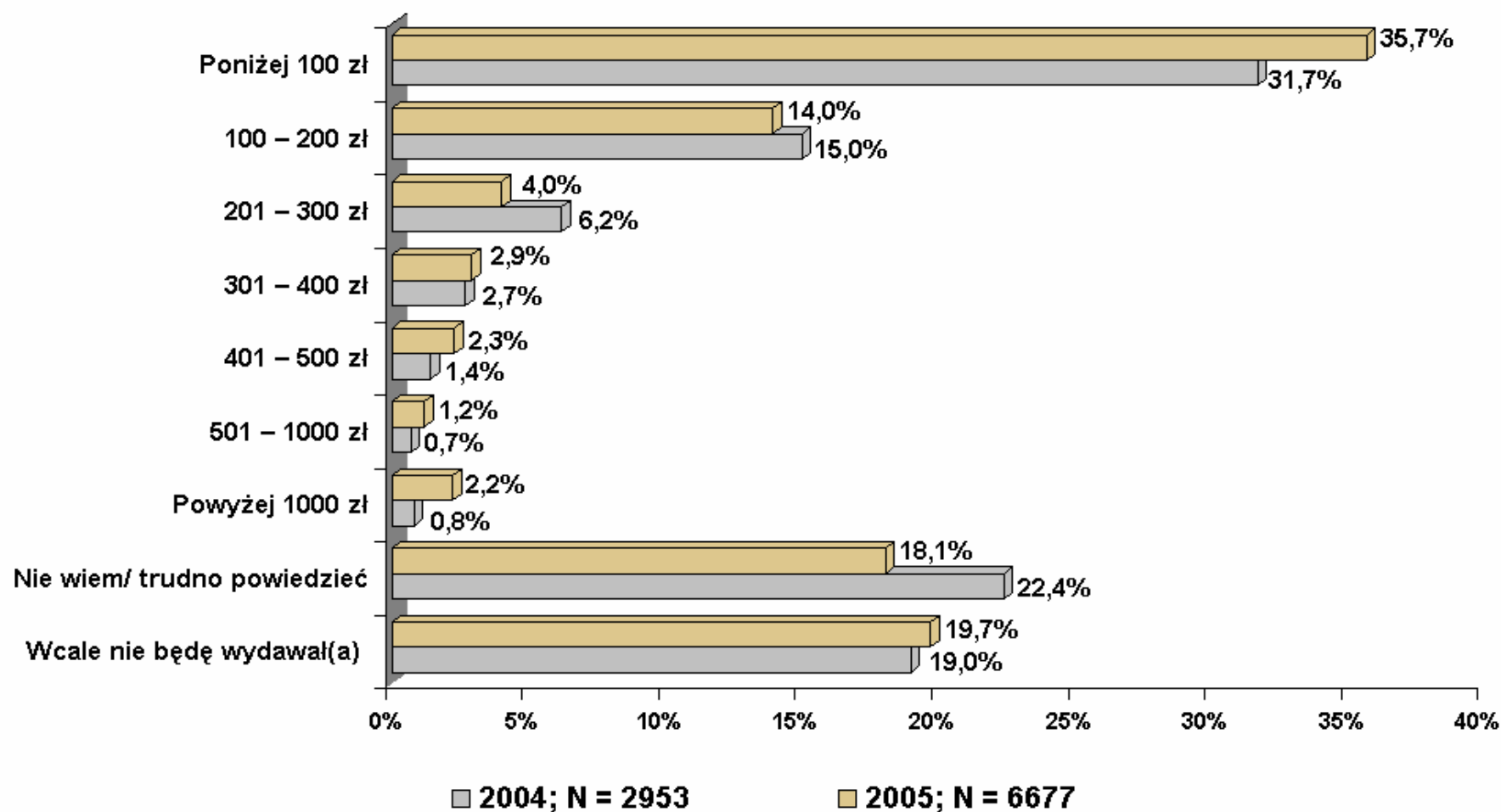
N = 6 677

Częstotliwość zakupu ozdób choinkowych



N = 6 677

Planowane wydatki na choinkę i ozdoby świąteczne





Potrawy wigilijne

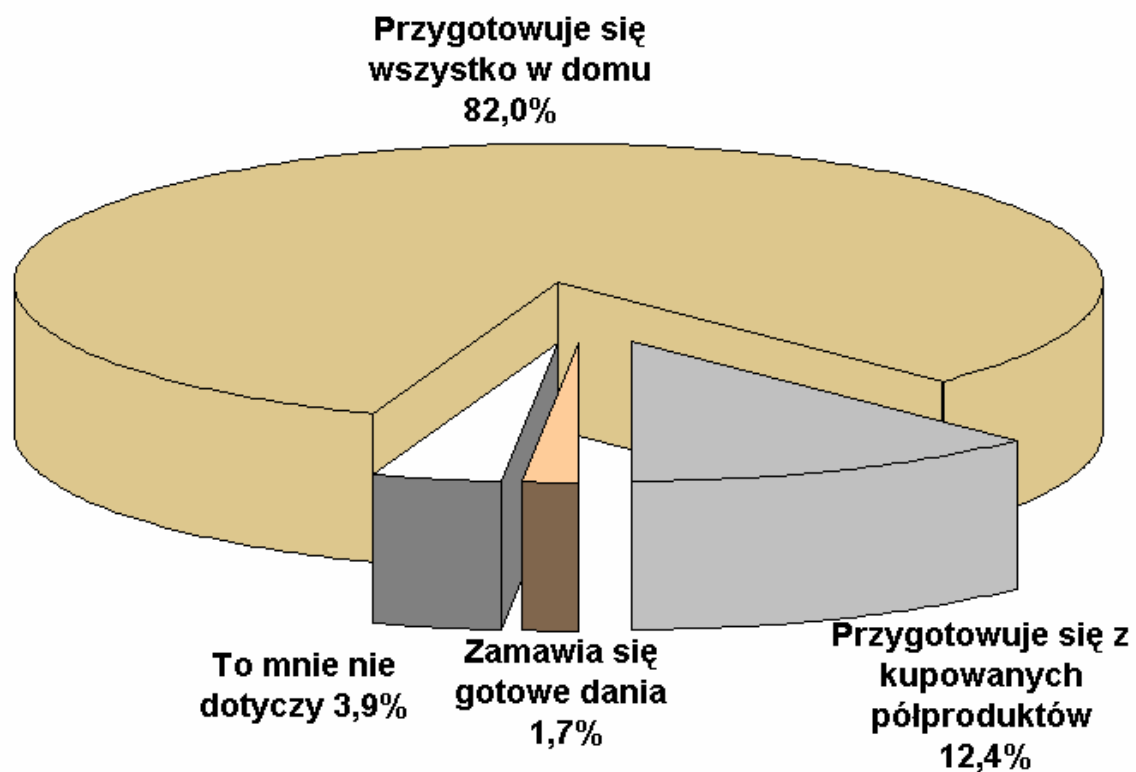


- 94,4 proc. respondentów przygotowuje w domu tradycyjne, świąteczne potrawy, w tym zaledwie 12,4 proc. wykorzystuje do tego celu dostępne na rynku półprodukty.
- 75,2 proc. badanych deklaruje, że przepisy na wigilijne potrawy w ich domu przekazywane są z pokolenia na pokolenie, najczęściej od mamy lub babci. Natomiast co dziesiąty internauta korzysta z przepisów zawartych w książkach kucharskich. Zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku odsetek wskazań, w porównaniu do 2004 roku uległ niewielkiemu zmniejszeniu.
- W stosunku do ubiegłego roku zanotowano wzrost roli internetu jako źródła informacji na temat tradycyjnych, polskich potraw wigilijnych. Podczas gdy w 2004 roku 1,3 proc. respondentów korzystało z przepisów zamieszczonych w internecie, to w bieżącym roku, odsetek ten wzrósł prawie dwukrotnie. Można zatem zaobserwować wzrost popularności internetu jako źródła informacji, nawet w takiej kwestii jak tradycyjne świąteczne potrawy.



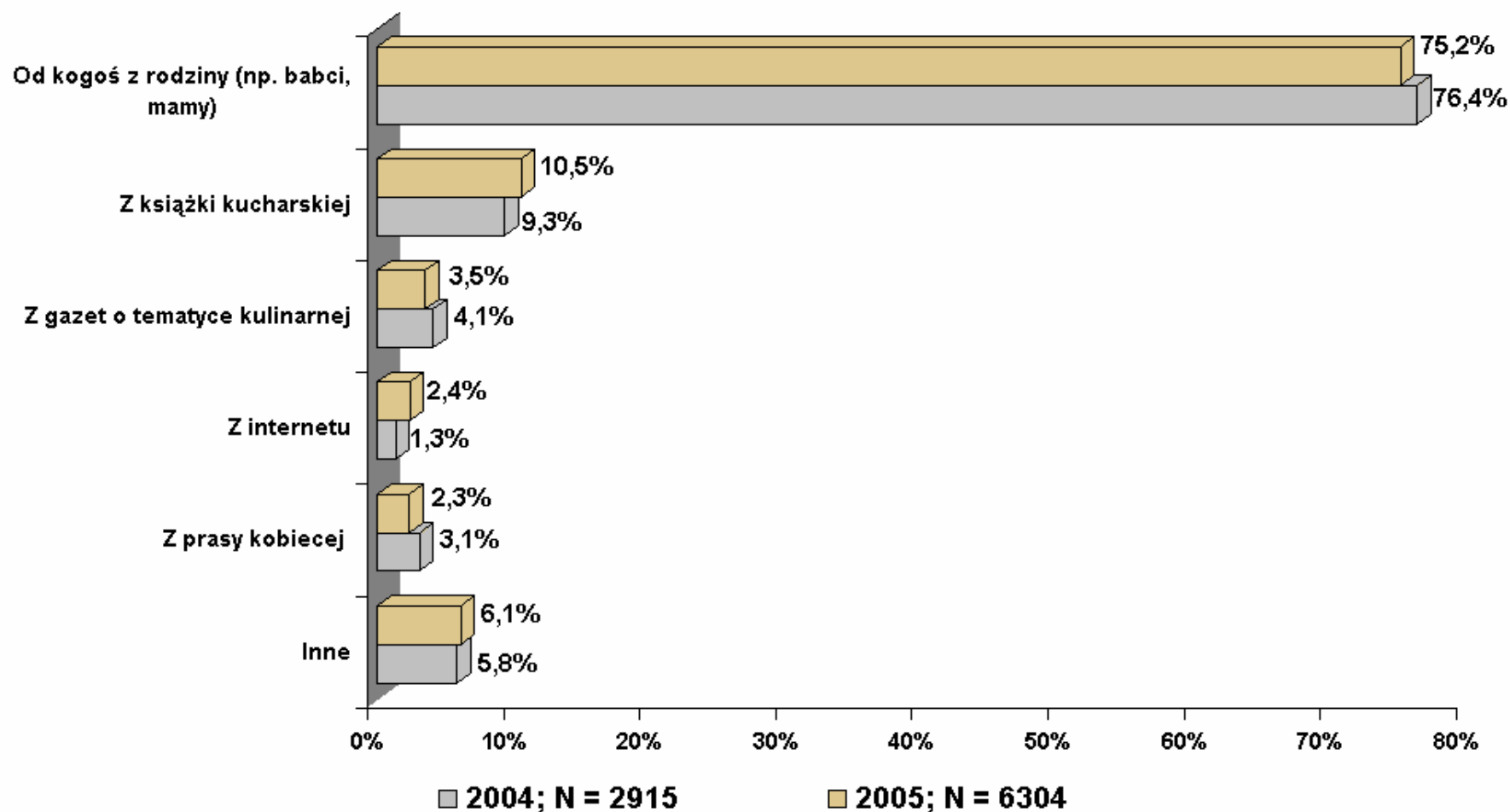
- 68,4 proc. respondentów podjęła już decyzję o planowanej wysokości wydatków związanych z zakupem jedzenia na okres świąt. Najliczniejszą grupę stanowią internauci deklarujący wydatki na ten cel w przedziale od 201 do 300 pln. (17,5 proc.).
- Porównując te dane z ubiegłym rokiem, można zauważyć, że coraz więcej osób przeznaczą coraz to niższe kwoty na świąteczne jedzenie. Sytuacja taka jest dość niepokojąca i może świadczyć z jednej strony bądź o pogarszającej się kondycji gospodarstw domowych, bądź o zmianie zakupowych przyzwyczajeń respondentów (ograniczaniu kupowania na zapas).

Przygotowywanie potraw wigilijnych

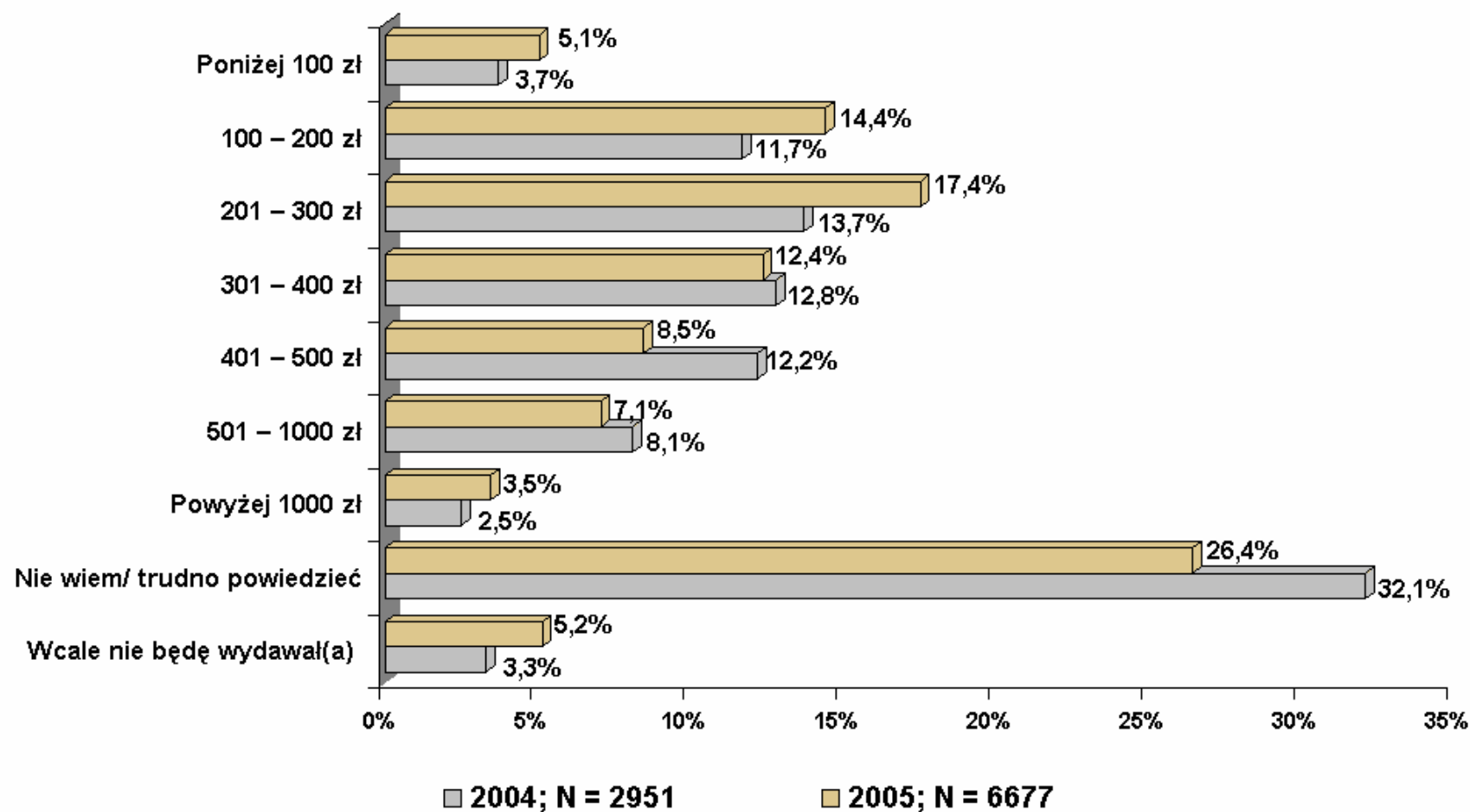


N = 6 677

Główne źródło przepisów na potrawy wigilijne



Planowane wydatki na jedzenie





Prezenty świąteczne



- 87,1 proc. badanych deklaruje, że zamierza obdarować najbliższych prezentami na Boże Narodzenie. Trochę mniej, bo 63,1 proc. respondentów planuje zakup prezentów także z okazji Mikołajek.
- Internauci najczęściej obdarowują prezentami swoich rodziców (74,5 proc.). Na kolejnych miejscach pod względem liczby wskazań znalazło się rodzeństwo (49,8 proc.) i dzieci (45,2 proc.).
- Nadal większość ankietowanych (80,7 proc.) samodzielnie podejmuje decyzję odnośnie świątecznych prezentów – o 6,4 punkty procentowe mniej niż w zeszłym roku. Jeśli jednak internauci będą potrzebować pomocy w tej kwestii, najczęściej poproszą o podpowiedź znajomych, rodzinę lub dzieci (39,1 proc.).



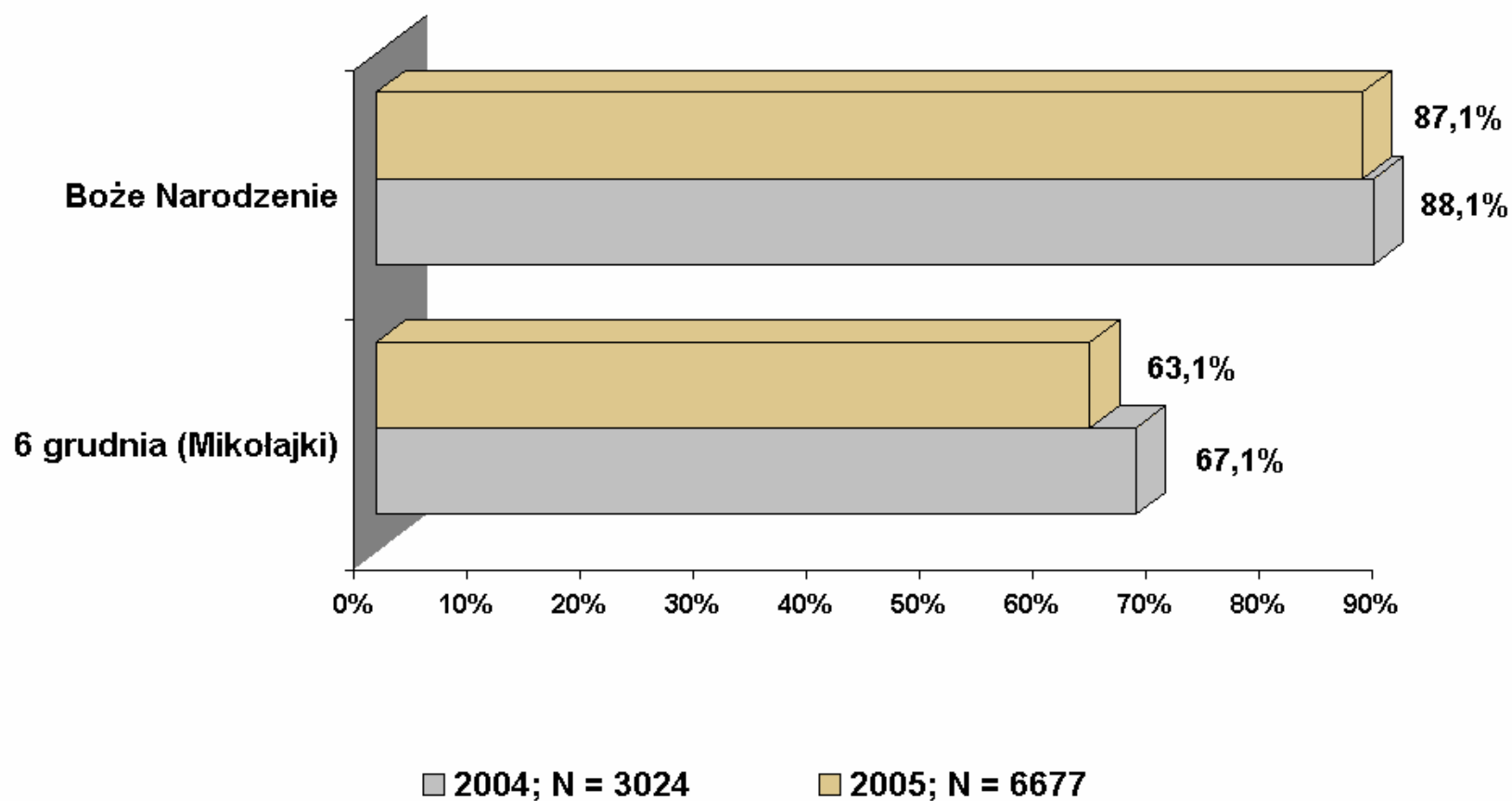
- W bieżącym roku internauci planują rozpocząć kupowanie świątecznych prezentów nieznacznie wcześniej niż w roku ubiegłym. Zwiększył się odsetek ankietowanych, którzy zaczną poszukiwania upominków już w listopadzie (o 2,4 punkty procentowe), a jednocześnie zmniejszył się odsetek respondentów zamierzających kupować prezenty w ostatnim tygodniu przed świętami (3,3 punkty procentowe).
- Najważniejszą kwestią przy wyborze świątecznych prezentów są dla badanych oczekiwania najbliższych. Taką opinię wyraziła ponad połowa respondentów. Na kolejnych miejscach, pod względem liczby wskazań znalazła się cena danego towaru czy usługi (17,3 proc.) oraz jakość (14,7 proc.).



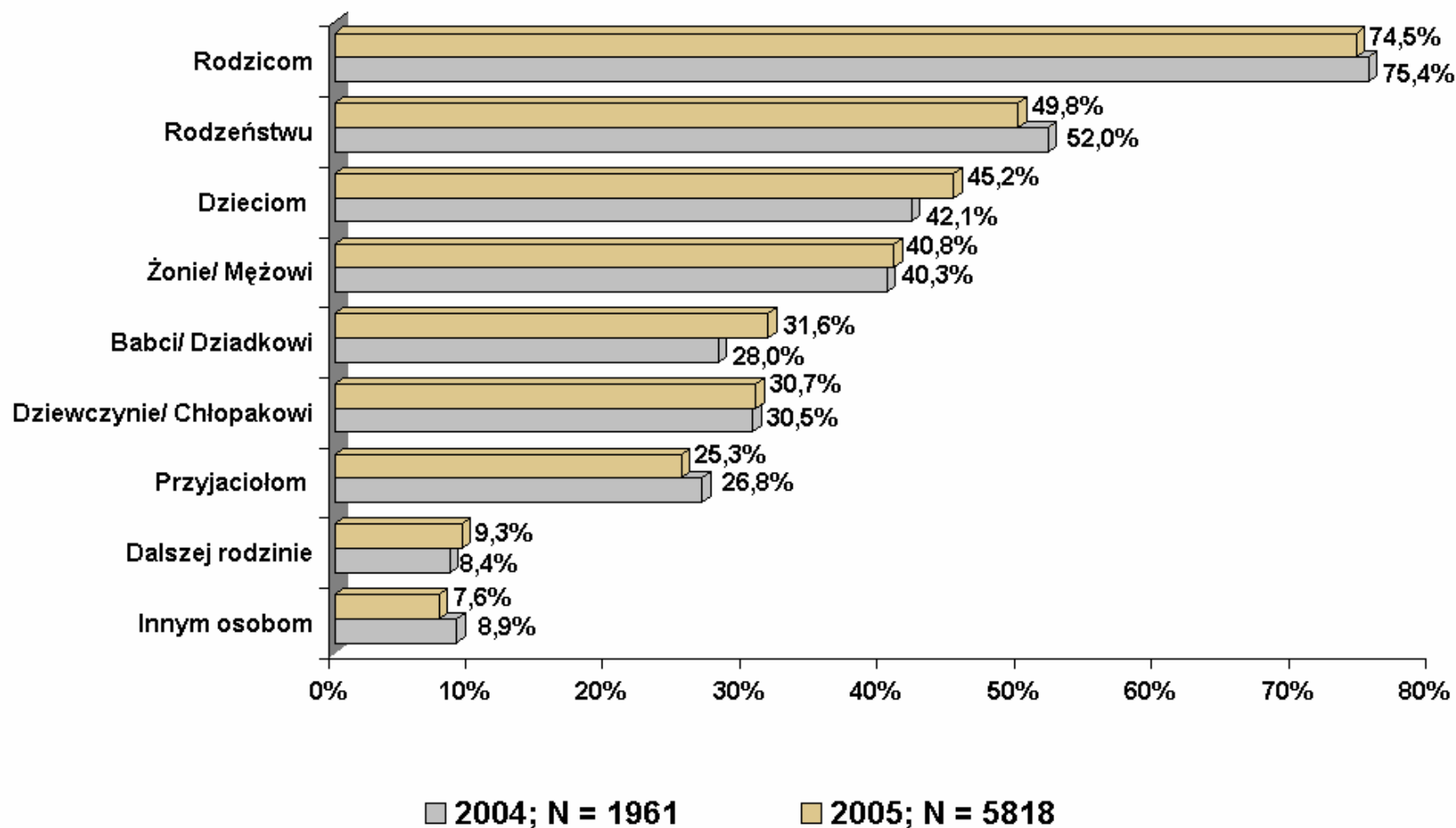
- Najpopularniejszym miejscem zakupu świątecznych prezentów przez badanych są centra handlowe. Odsetek wskazań w tym przypadku wyniósł 65,6 proc. W porównaniu do ubiegłego roku, mniej respondentów zamierza kupować bożonarodzeniowe upominki w małych sklepach (poza centrami handlowymi) oraz w supermarketach. Co czwarty internauta deklaruje, że świąteczne prezenty kupi w internecie (w sklepie internetowym lub na aukcji w internecie). Jest to wynik o 7,8 punktów procentowych wyższy niż w roku ubiegłym. Taka sytuacja dowodzi, że internet jako miejsce dokonywania zakupów coraz bardziej zyskuje na popularności.
- Największą grupę respondentów (36,1 proc.) stanowią internauci, którzy planują na świąteczne prezenty przeznaczyć nie więcej niż 200 pln. W stosunku do ubiegłego roku nieznacznie wzrósł odsetek osób pragnących przeznaczyć na ten cel od 201 do 300 pln oraz powyżej 1000 pln.

Planowany zakup prezentów

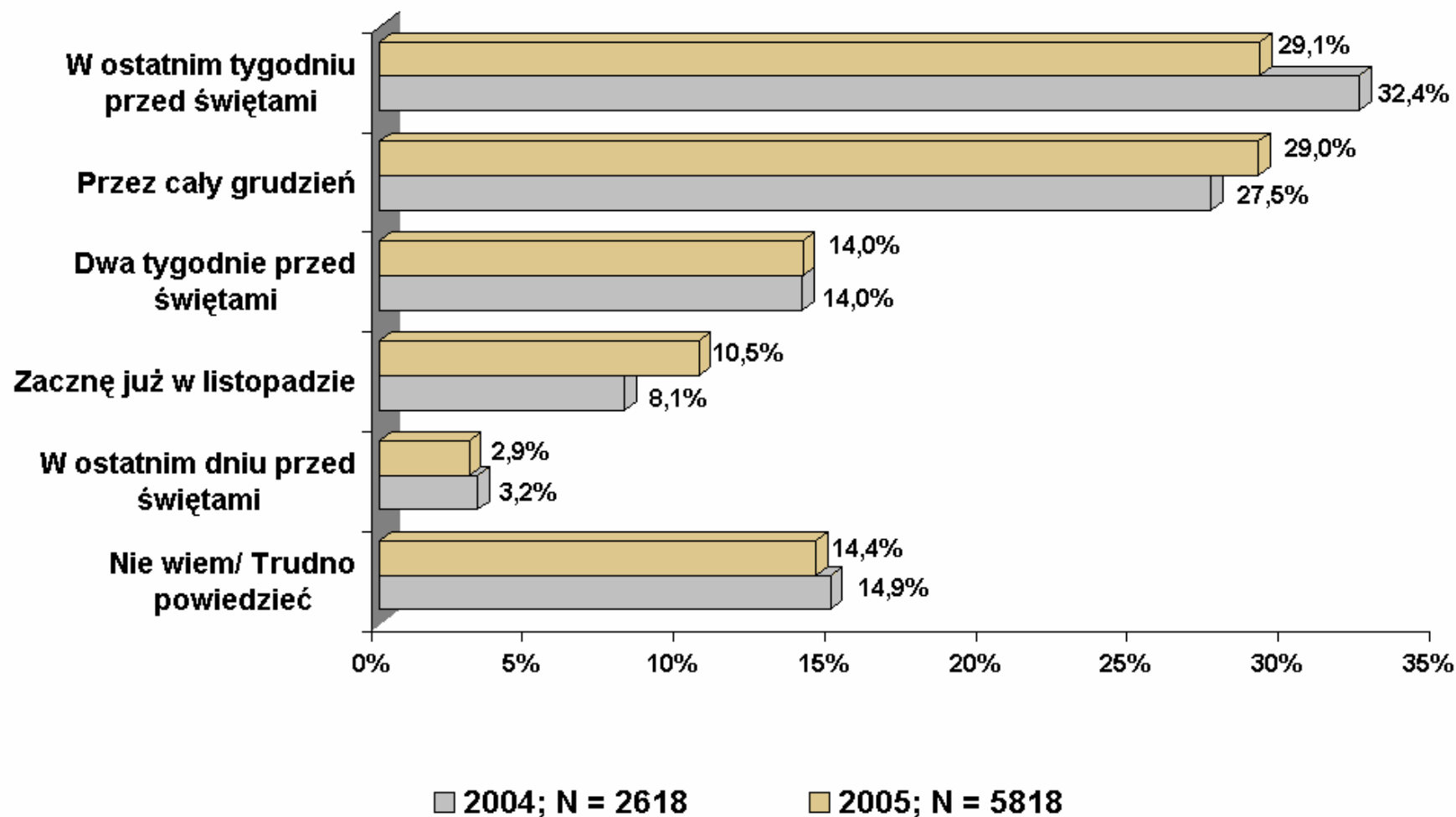
(wykres prezentuje wyłącznie odsetek odpowiedzi „tak”)



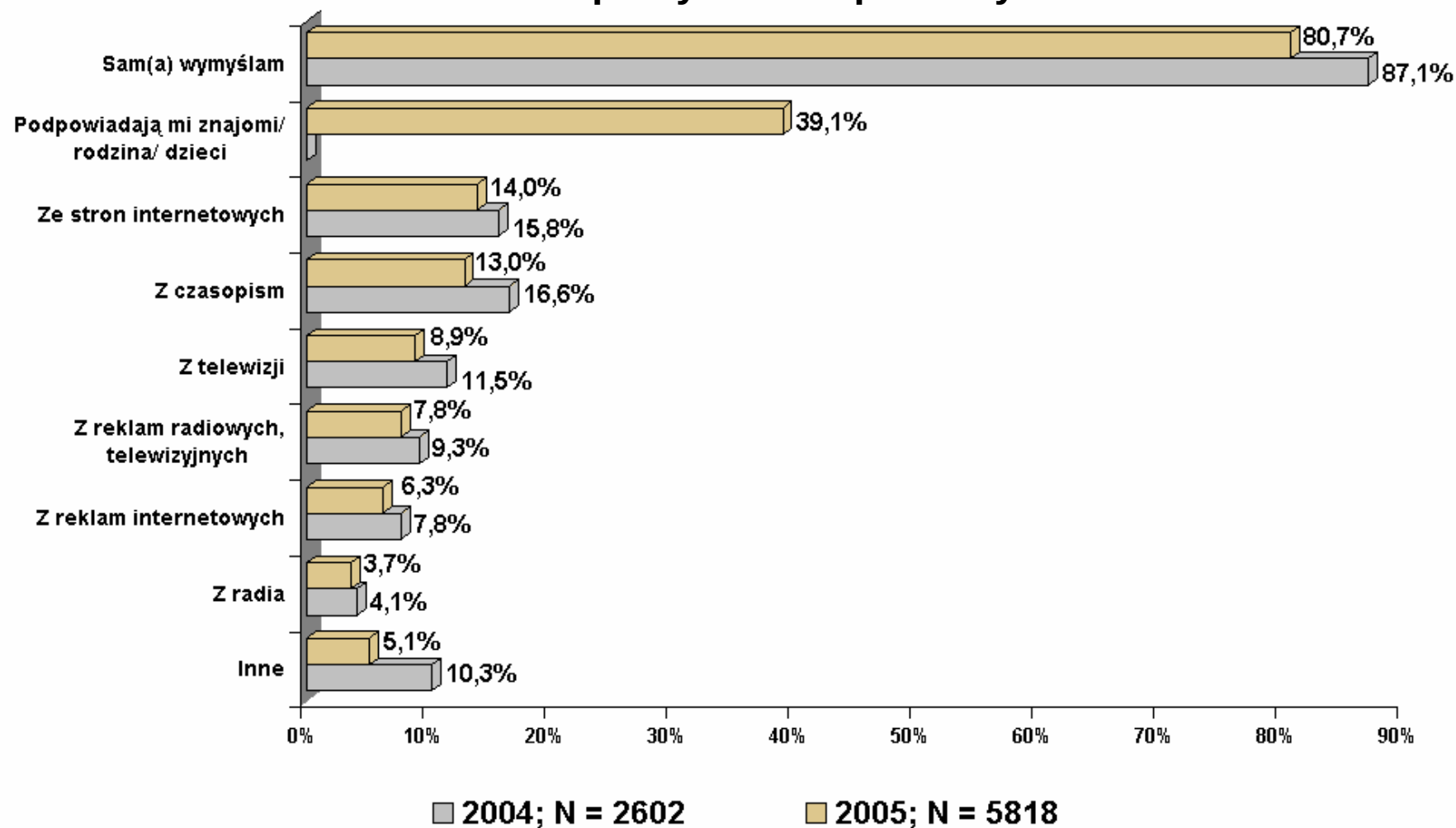
Obdarowywane osoby



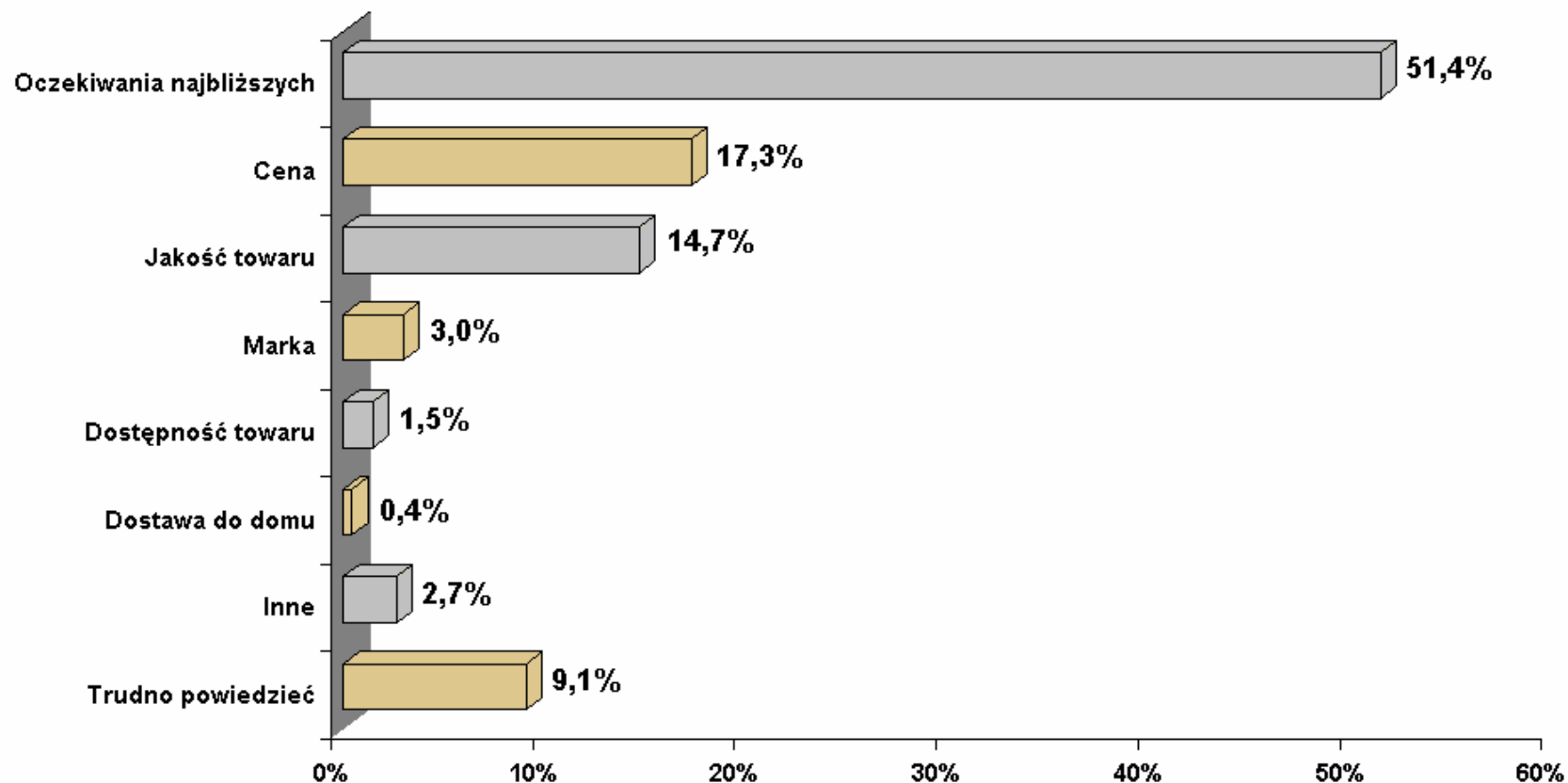
Termin kupowania prezentów



Źródło pomysłów na prezenty

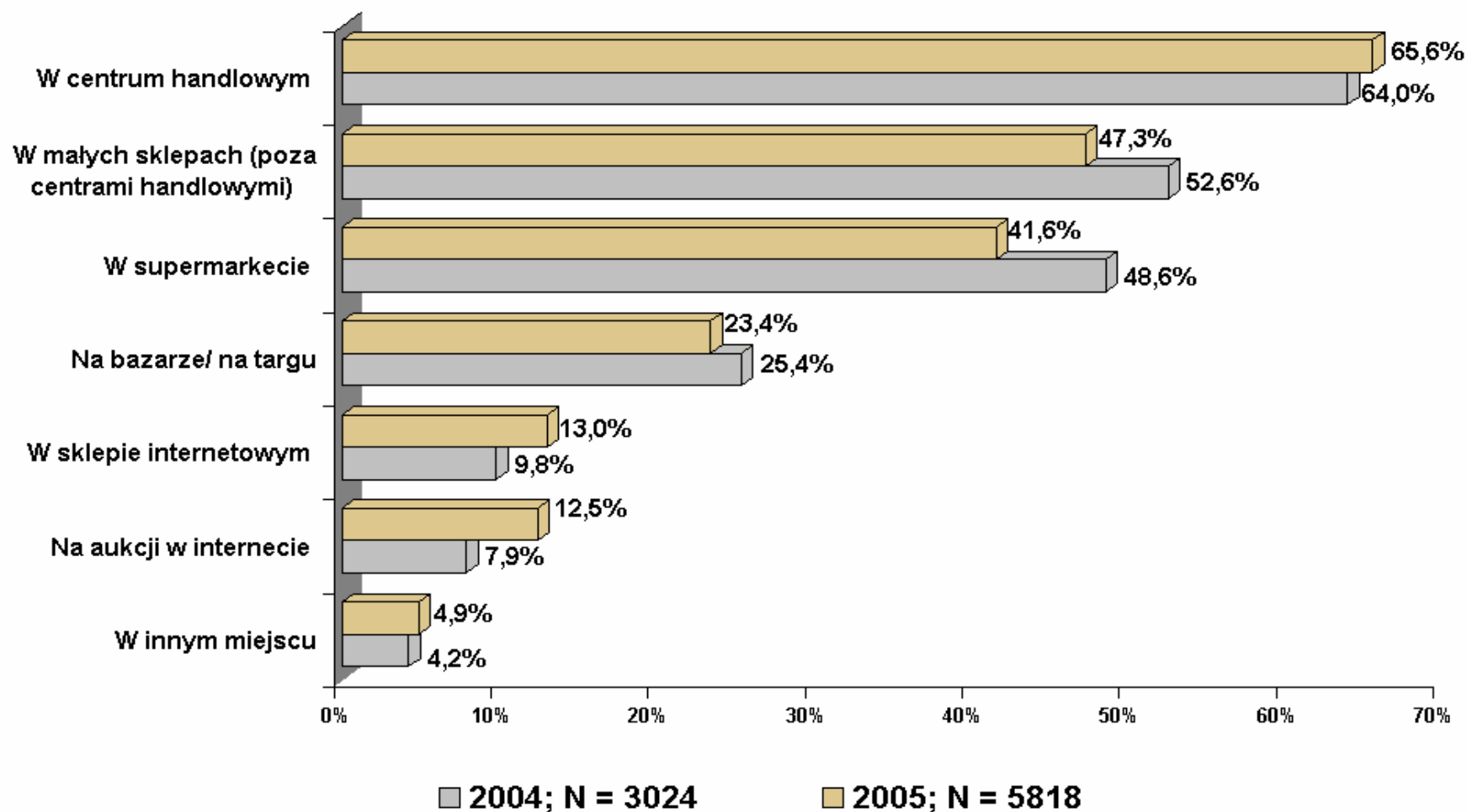


Najważniejszy czynnik decydujący o wyborze prezentów

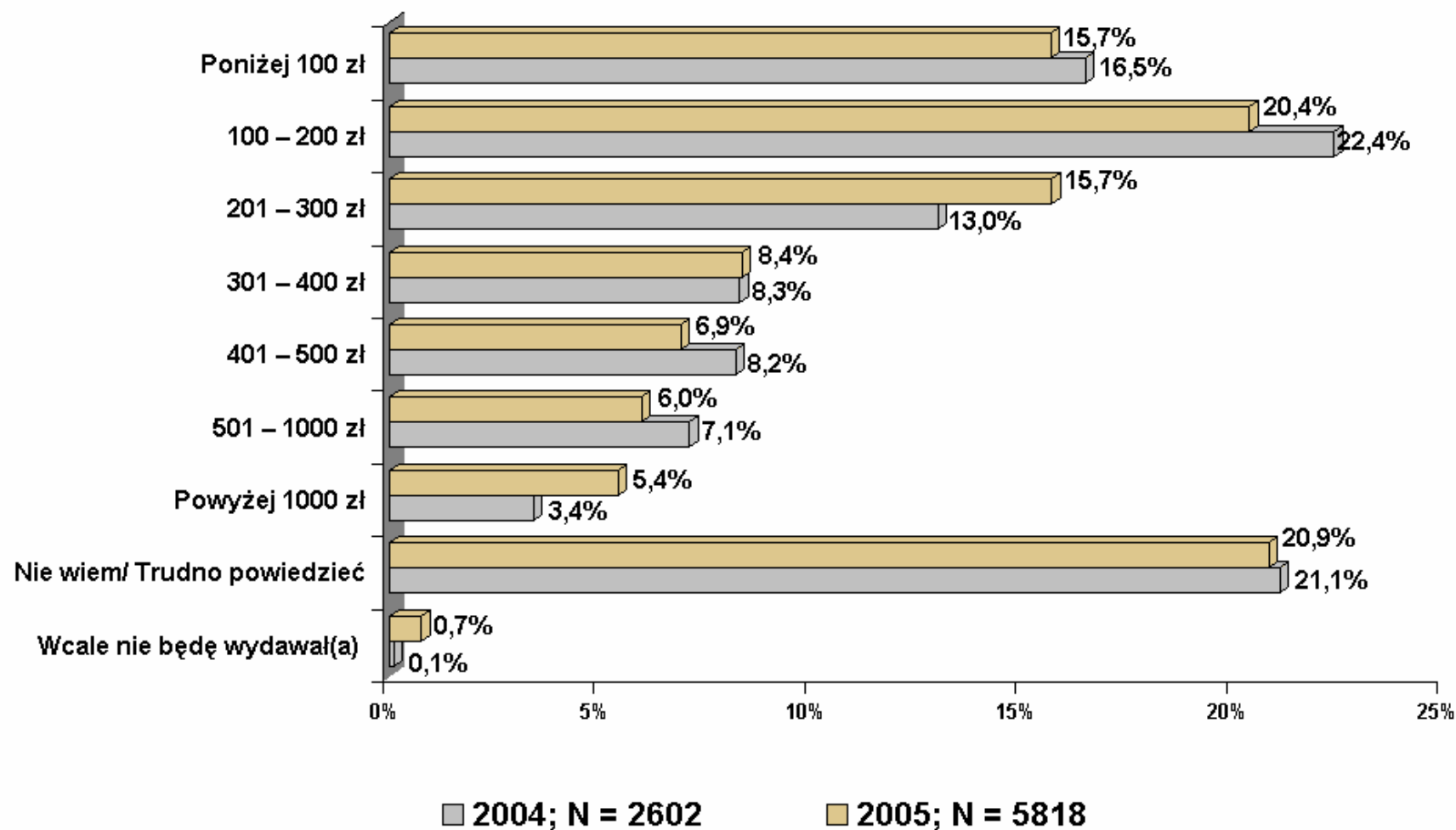


N = 5 818

Planowane miejsce zakupu prezentów



Planowane wydatki na zakup prezentów





Kupowanie prezentów w internecie



- Głównymi powodami, dla których badani dokonują zakupów w internecie są:
 - oszczędność czasu,
 - dostęp do towarów, których nie można znaleźć gdzie indziej,
 - dostawa produktu prosto do domu,
 - możliwość złożenia zamówienia o każdej porze,
 - niższa cena towarów i usług.

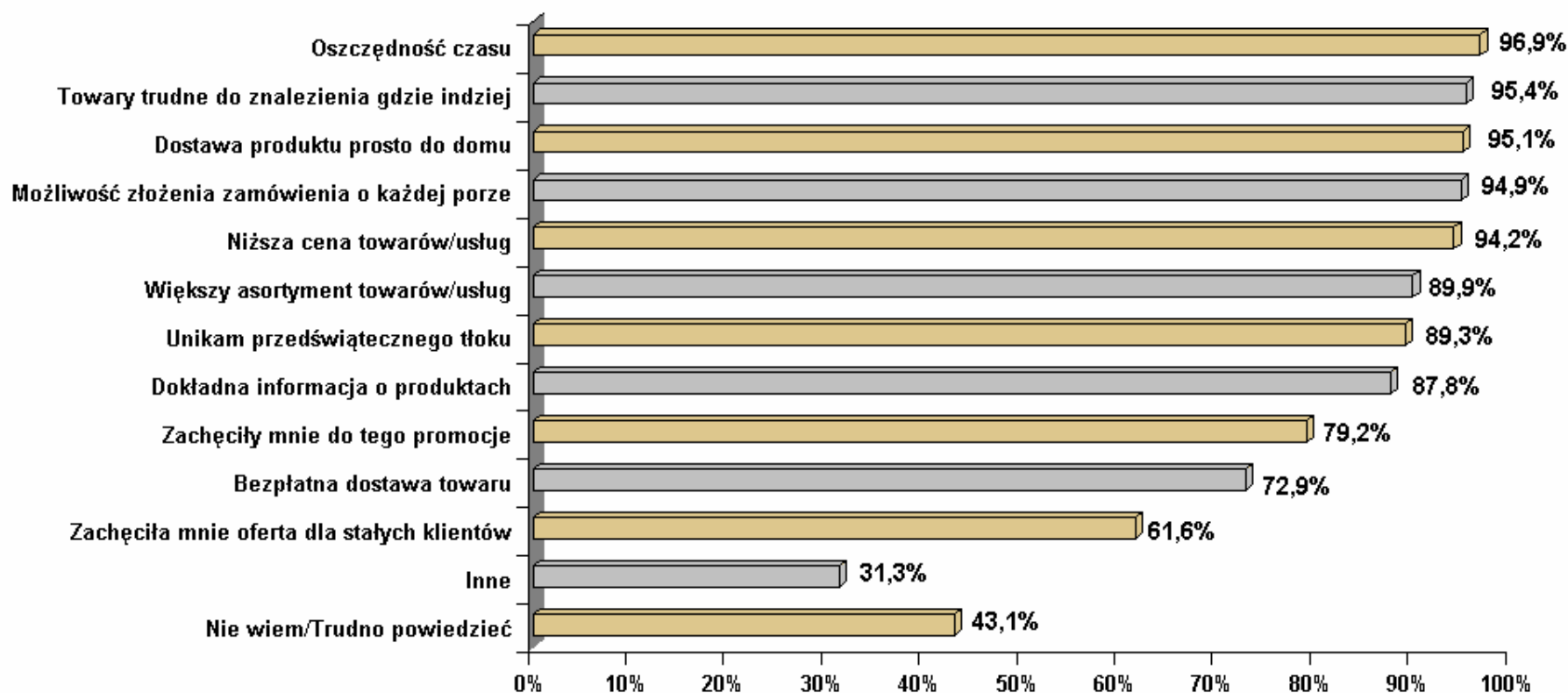
Odsetek wskazań dla tych kategorii mieści się w przedziale od 94,2 do 96,9 punktów procentowych.

- Kategorie prezentów najchętniej kupowane w internecie to:
 - książki – 16,3 proc.
 - muzyka – 13,6 proc.
 - kosmetyki – 10,3 proc.
- W porównaniu do minionego roku, widoczny jest wzrost popularności zakupów online. Różnice między 2004 a 2005 rokiem mieszczą się w przedziale od 1,8 do 6,7 punktów procentowych. Dane te świadczą o tym, że badani chętniej korzystają z alternatywnych form dokonywania zakupów i z roku na rok kupują coraz więcej towarów przez internet.



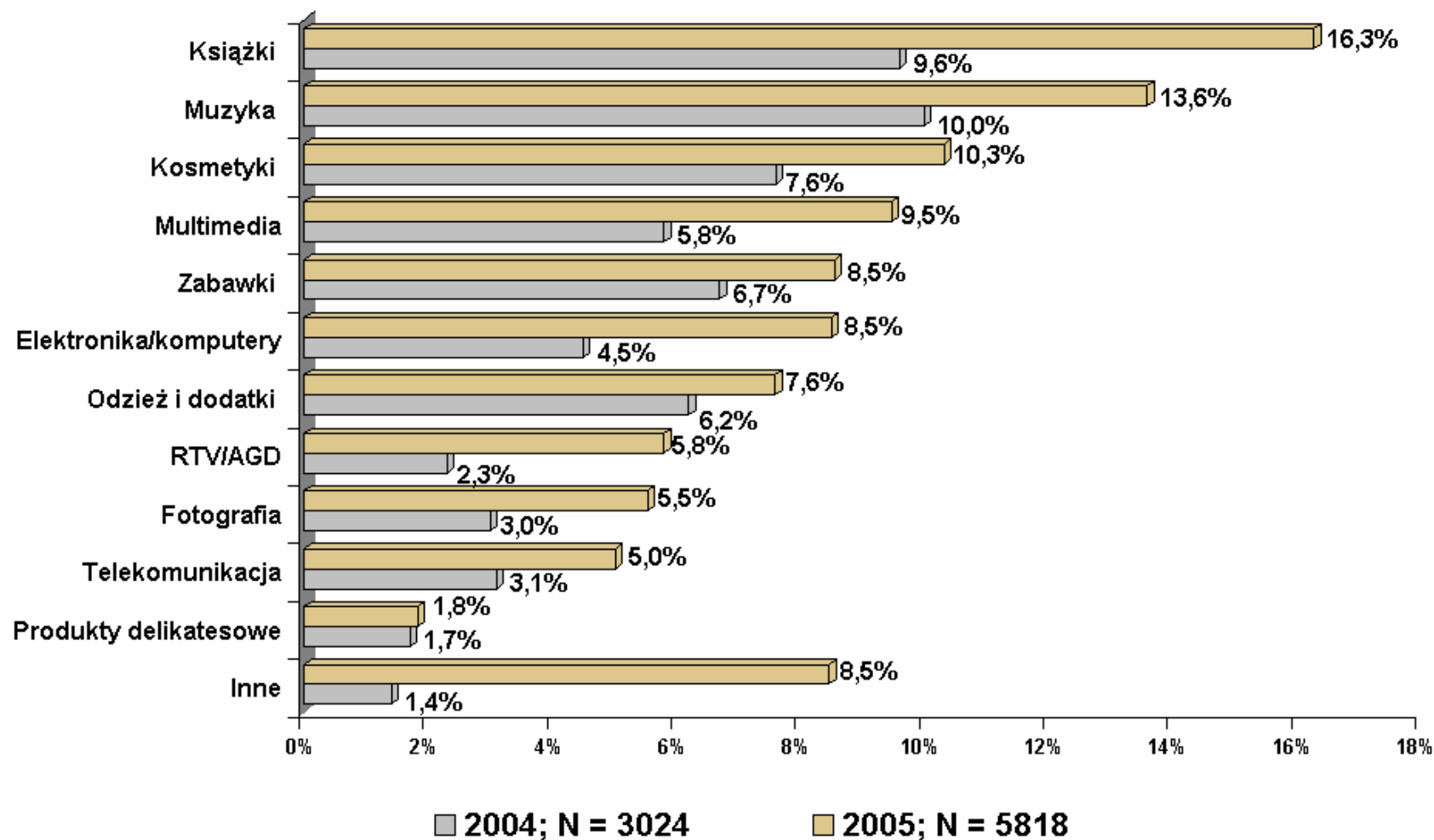
- Ponad połowa respondentów, którzy zadeklarowali, że planują kupić prezenty przez internet, zamierza dokonać zakupu świątecznych upominków poza godzinami pracy (67,2 proc.).
- Wśród badanych, kupujących online, zdecydowanie wzrosła popularność formy płatności jaką jest przelew bankowy (39,6 proc.) - różnica 14,9 punktów procentowych więcej niż w roku ubiegłym. Kolejną, pod względem liczby wskazań formą płatności jest zaliczenie pocztowe (25,9 proc.). Największy spadek liczby wskazań, w porównaniu do minionego roku, zanotowano wśród internautów, planujących płacić kartą kredytową – spadek o 6,9 punktów procentowych.

Czynniki decydujące o kupowaniu prezentów w internecie

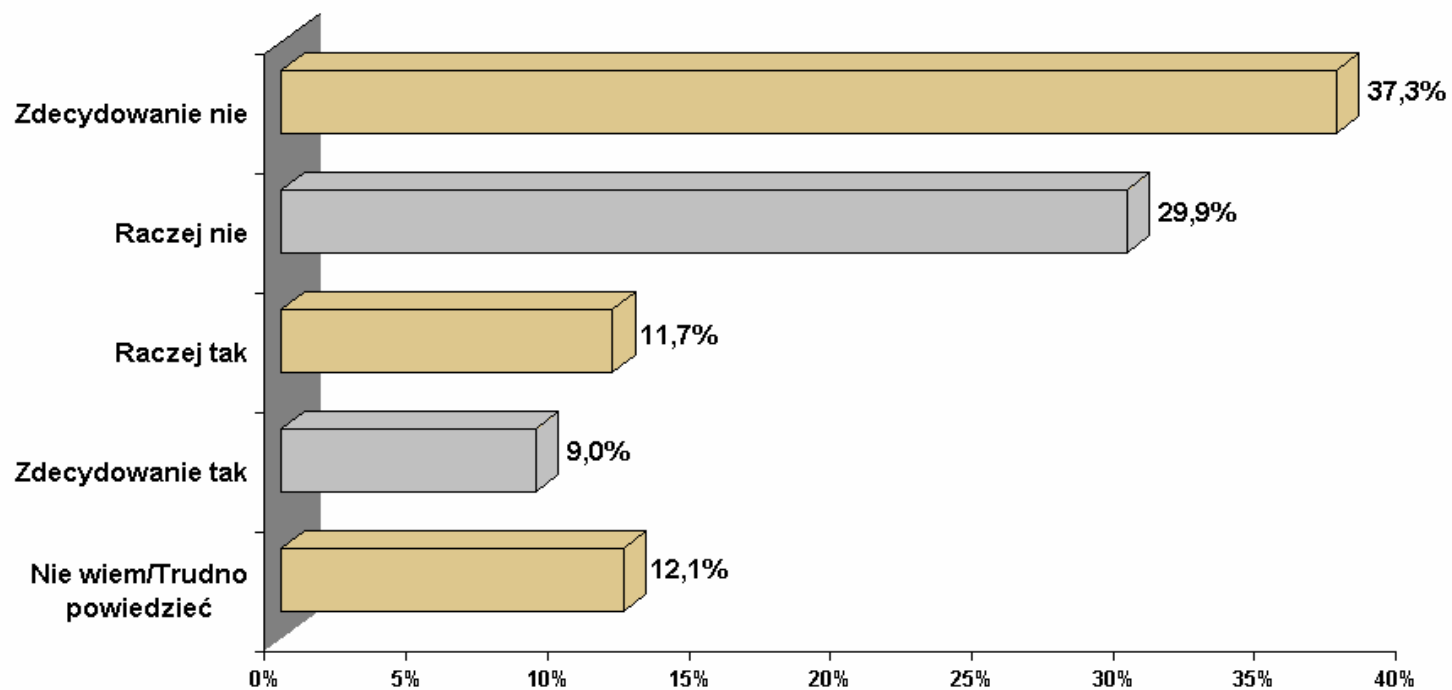


N = 1 148

Prezenty kupowane w internecie

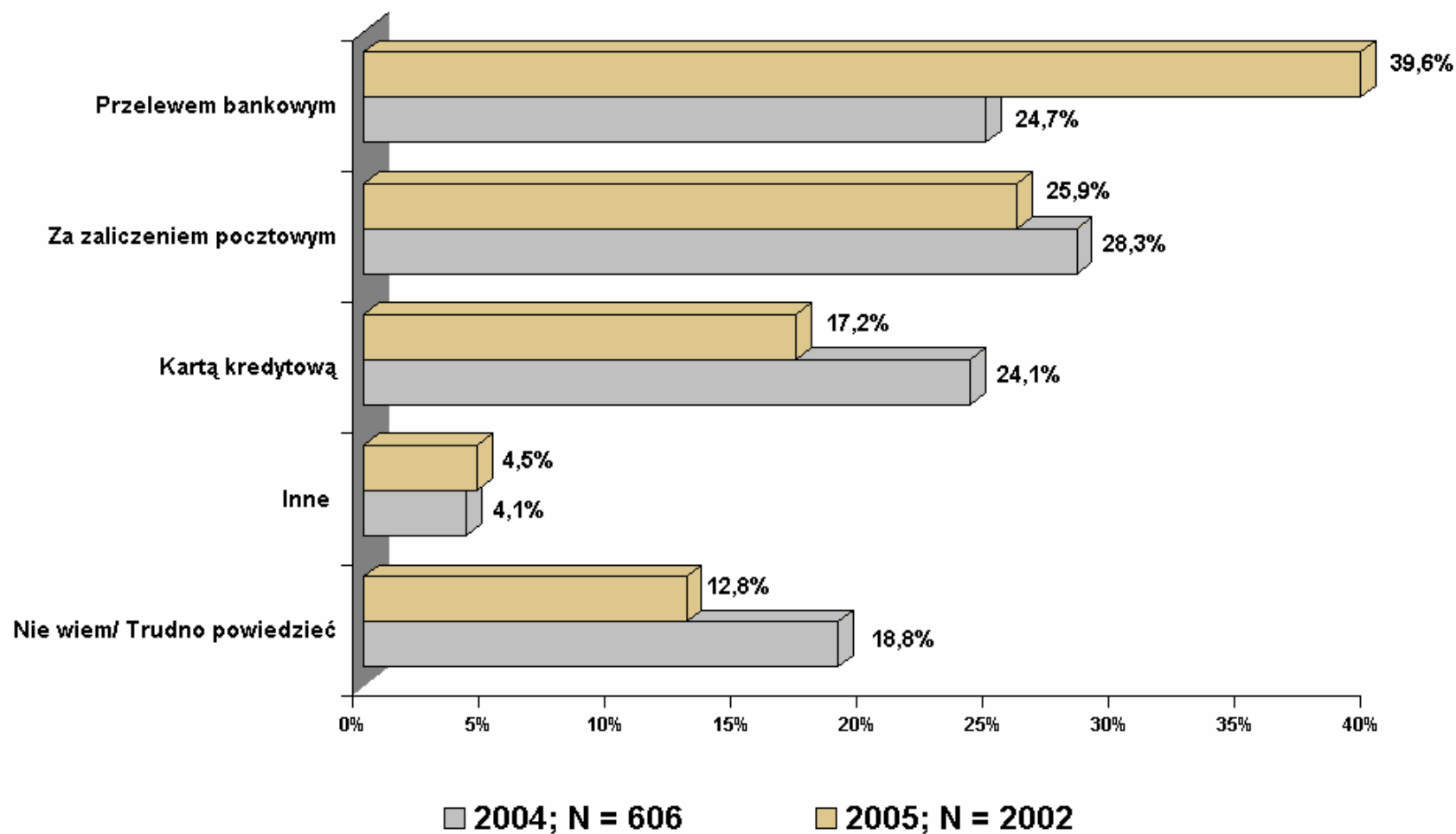


Kupowanie prezentów przez internet w godzinach pracy



N = 914

Sposób płatności za prezenty kupowane w internecie



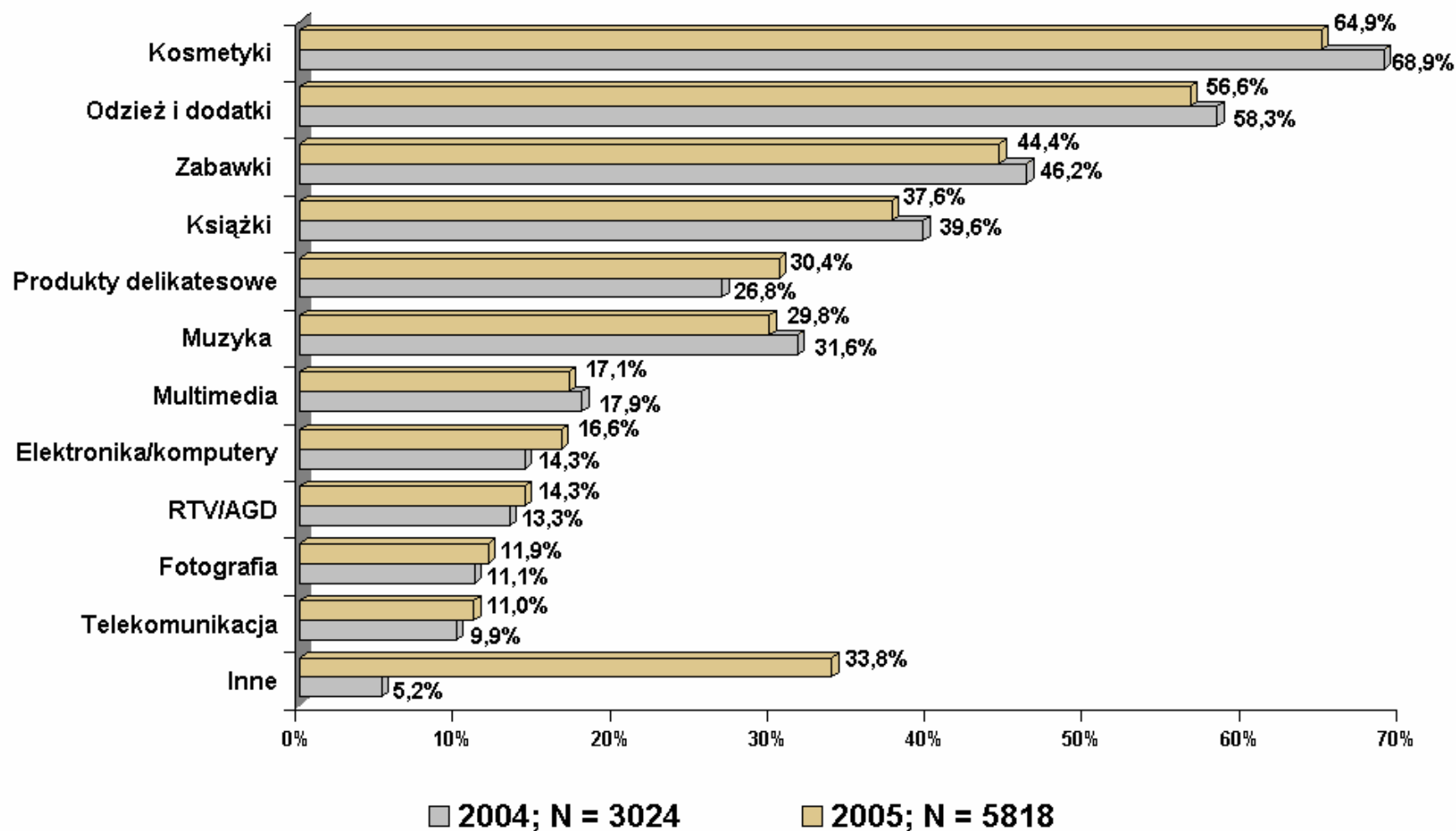


Kupowanie prezentów poza internetem

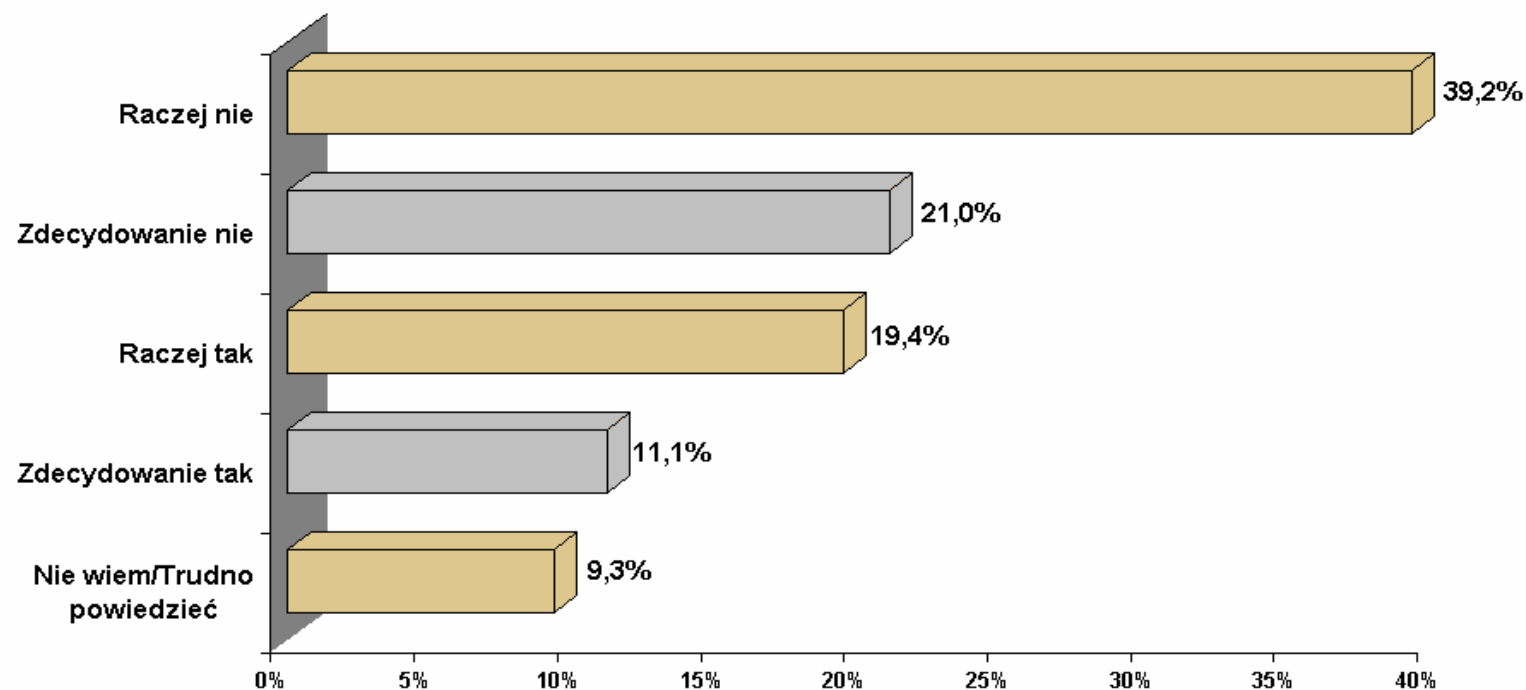


- Najchętniej kupowanymi prezentami w tradycyjnych sklepach są:
 - kosmetyki – 64,9 proc.
 - odzież i dodatki – 56,6 proc.
 - zabawki – 44,4 proc.
- Zdecydowana większość respondentów (60,2 proc.) przed zakupem bożonarodzeniowych prezentów nie skorzysta z możliwości porównywania cen towarów w internecie z cenami w sklepach tradycyjnych.
- Respondenci planujący dokonać zakupu prezentów w tradycyjnych sklepach najchętniej płacą za nie gotówką (68,3 proc.). Co piąty badany, podczas płacenia należności, skorzysta z karty kredytowej. Zaledwie 3,3 proc. przebadanych osób, zamierza zapłacić bonami świątecznymi.
- W porównaniu do minionego roku, internauci, podczas płacenia należności, częściej korzystają z karty kredytowej, rzadziej natomiast płacą gotówką. Różnica punktów procentowych wynosi w tym przypadku odpowiednio: 4,1 oraz 4,6 punktów procentowych.

Prezenty kupowane w sklepach tradycyjnych

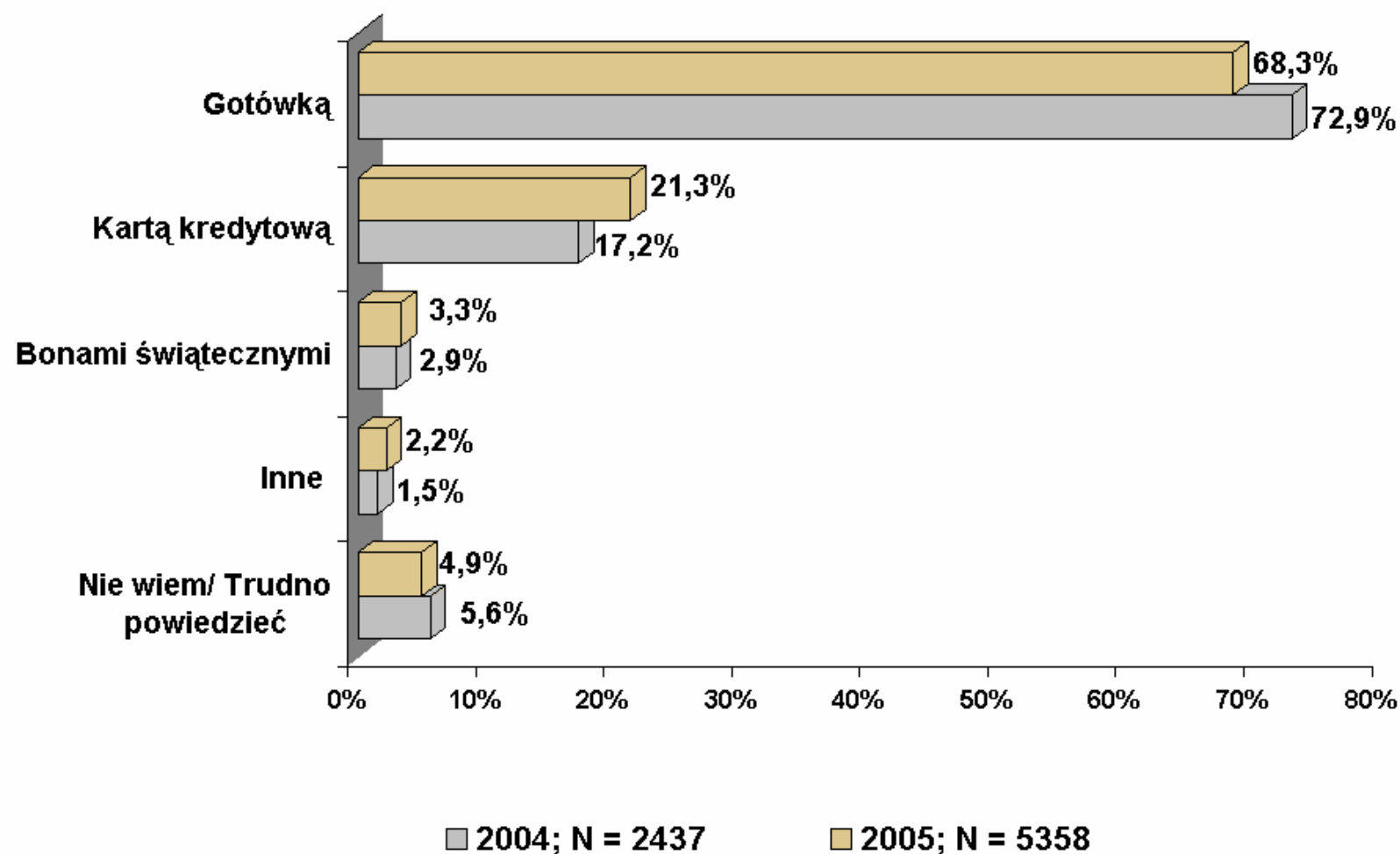


Porównywanie cen towarów w internecie z cenami w sklepach tradycyjnych



N = 5 818

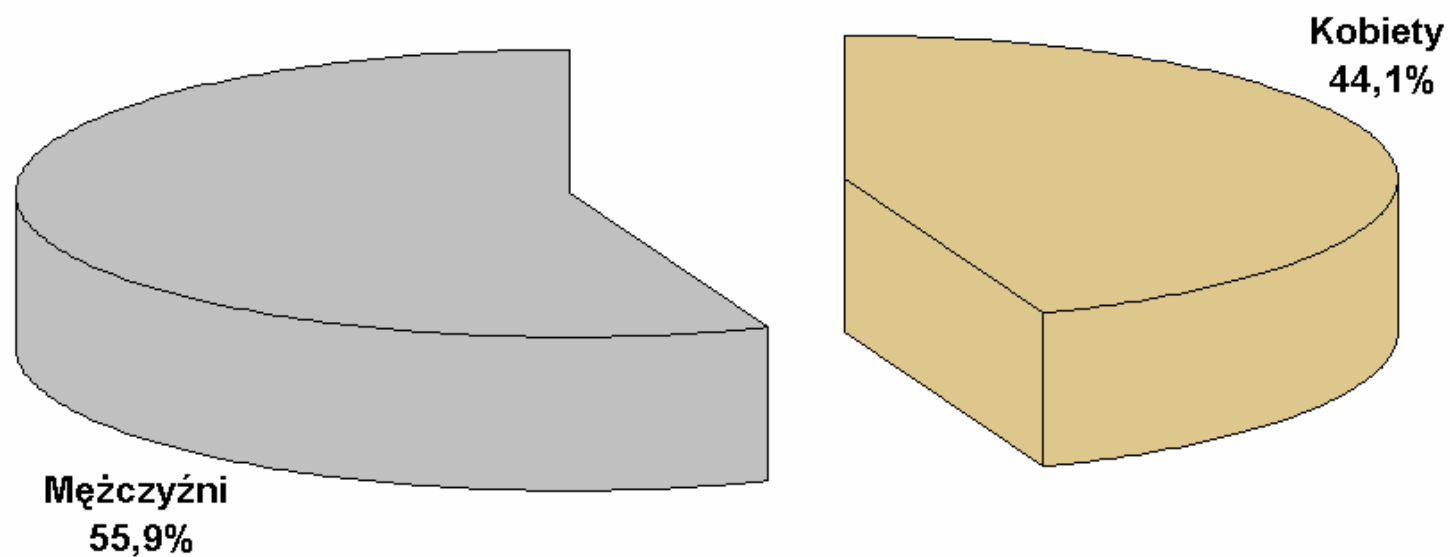
Sposób płatności za prezenty kupowane w sklepach tradycyjnych





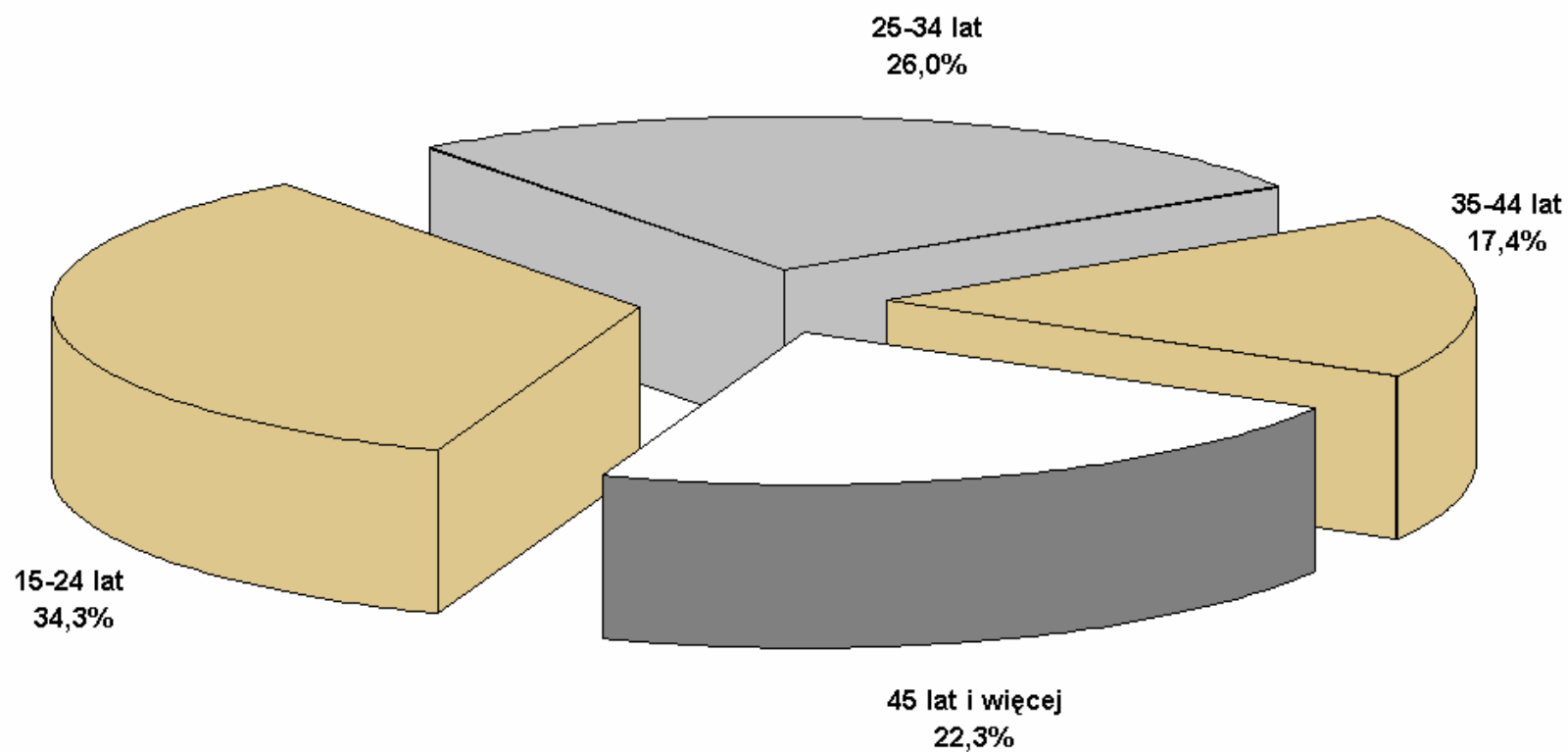
Demografia

Płeć



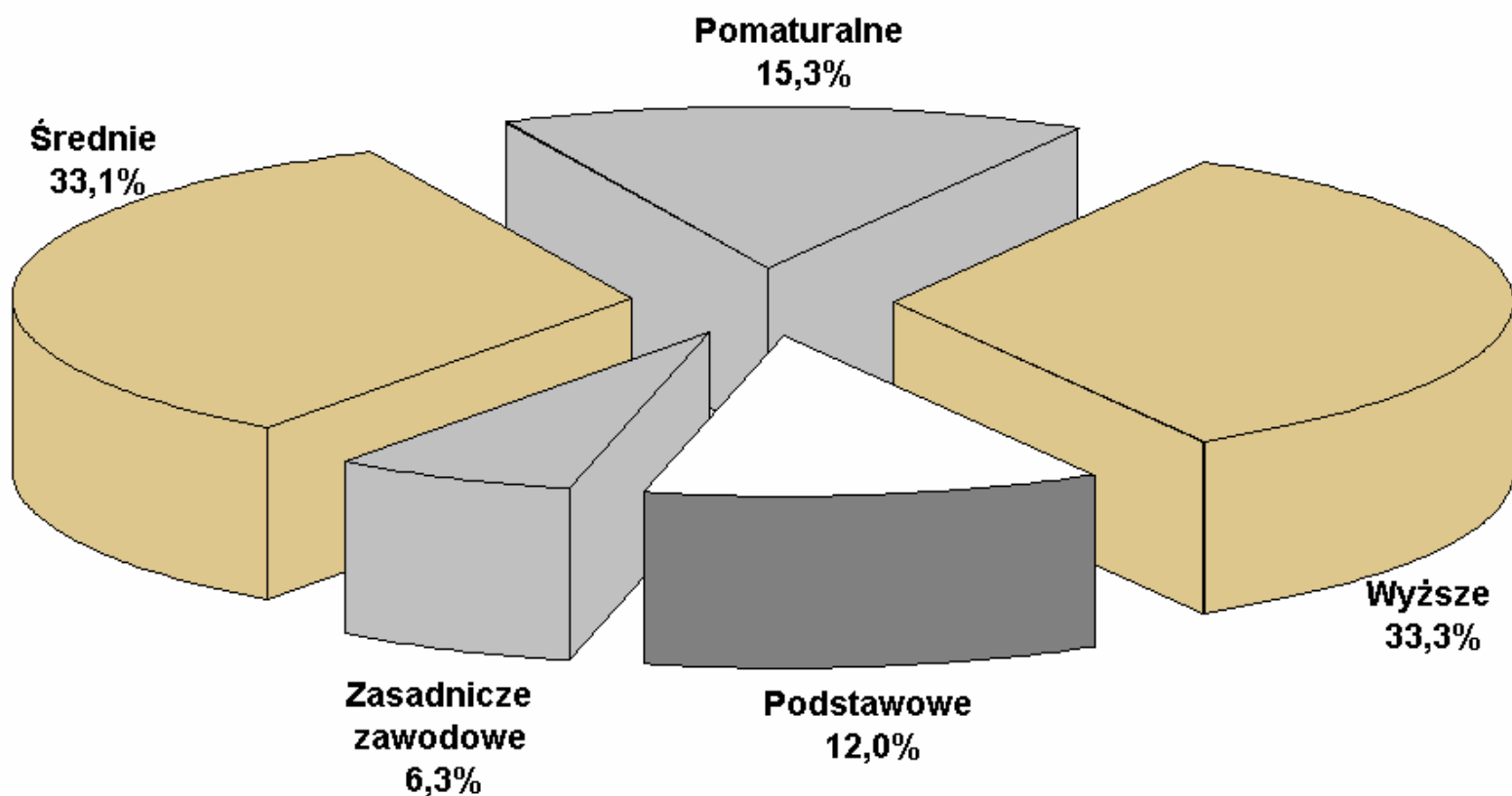
N = 6 677

Wiek



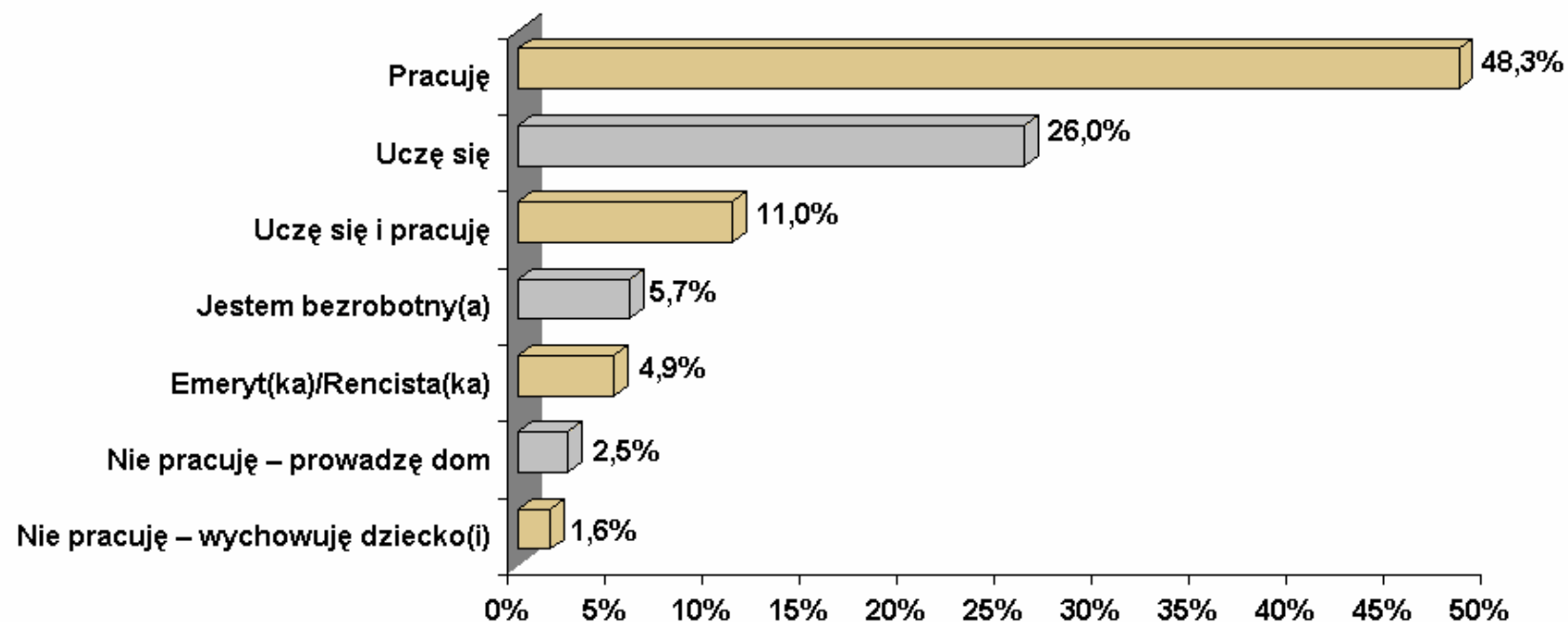
N = 6 677

Wykształcenie



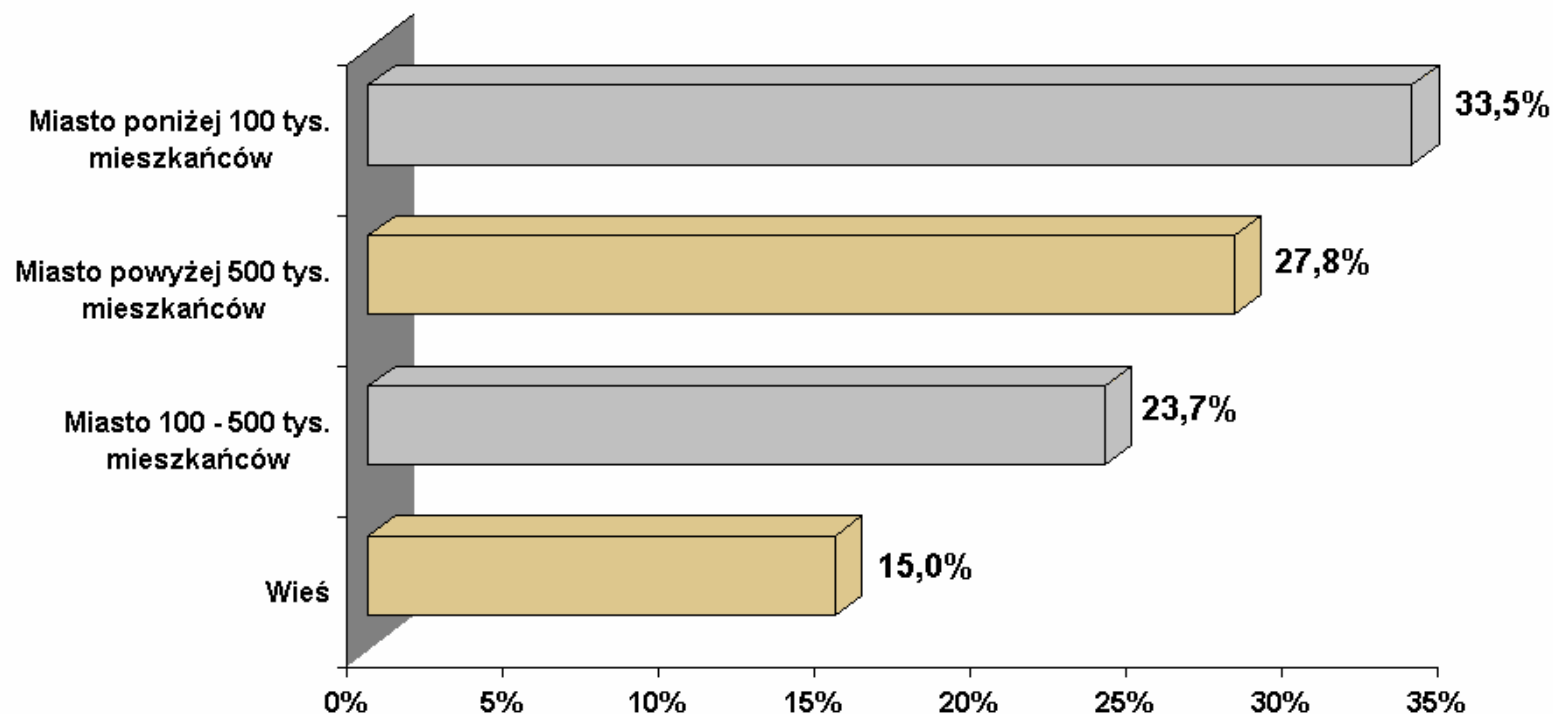
N = 6 677

Status zawodowy



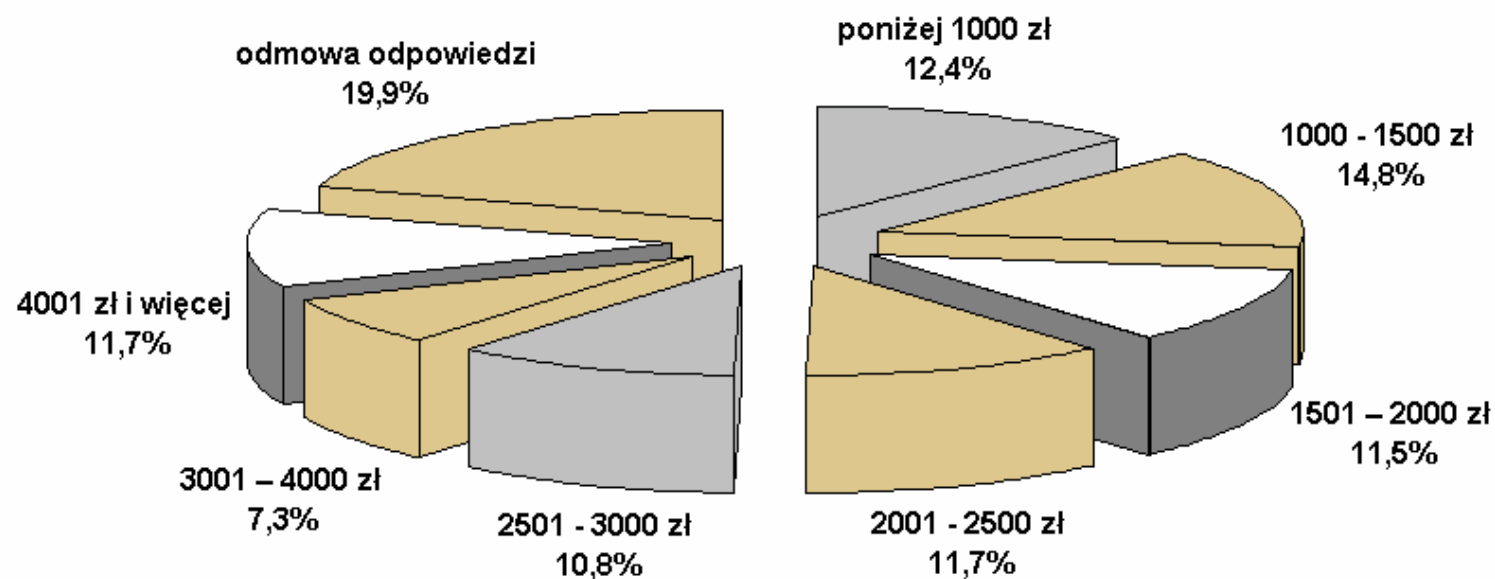
N = 6 677

Miejsce zamieszkania



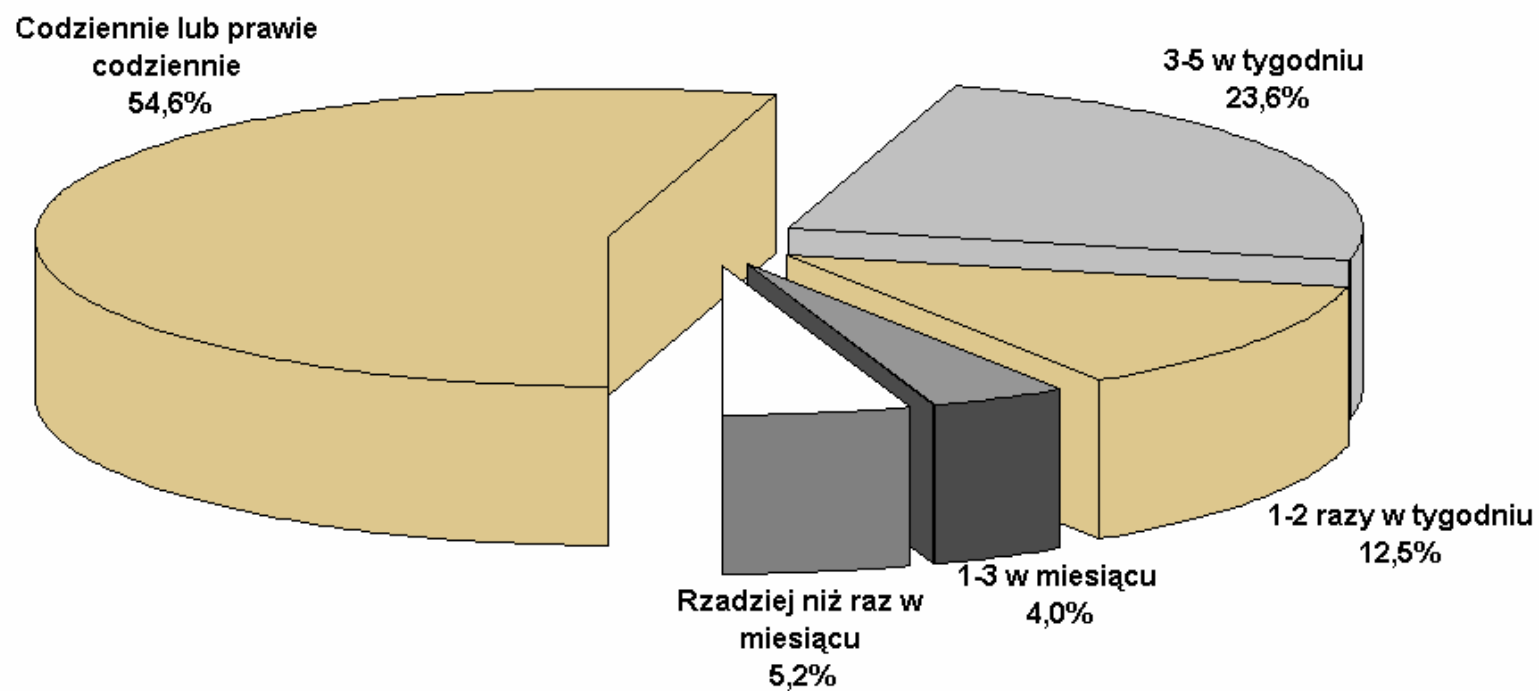
N = 6 677

Dochody



N = 6 677

Częstotliwość korzystania z internetu



N = 6 677



Gemius S.A.

**ul. Domaniewska 41
budynek Mars, klatka D
02-672 Warszawa**

**tel. (0 22) 874 41 00
fax. (0 22) 874 41 01**

**e-mail: Agnieszka.Drag@gemius.pl
www: <http://www.gemius.pl>**