



## **Święta Bożego Narodzenia - rodzinny czas czy czas zakupów?**

**Jak co roku, Święta Bożego Narodzenia są obietnicą czegoś zupełnie wyjątkowego - przyrzeczeniem nieuchwytniej magii. Od połowy listopada kusi nas zapach przygotowywanych pierników, zachwycamy się choinką ubraną zgodnie z tegorocznymi trendami i witamy się z uśmiechniętym Świętym Mikołajem, którego można spotkać w każdym centrum handlowym. Eksperti Deloitte szacują, że w tym roku Polacy na prezenty wydadzą aż 36% świątecznego budżetu. Niewiele mniej, bo 34% przeznaczą na artykuły spożywcze, a około 20% na podróże. Przecież każdy z nas marzy o idealnych Świątach.**

Od kilku lat marki bardzo dbają o to, aby jak najszybciej wprowadzić nas w przedświąteczny nastrój. Widać to w reklamach, wystroju wystaw sklepowych czy specjalnych ofertach cenowych produktów kojarzonych ze Świątami. Wszechobecne kolędy, stroiki, bombki i dzwoniące dzwoneczkami renifery wzbudzają uśmiech i wpływają na nasze decyzje zakupowe. Boże Narodzenie przestaje być jednak postrzegane jedynie przez pryzmat tradycji, ale coraz bardziej staje się elementem obecnej kultury masowej, zmieniającej to, czego oczekujemy od tych świąt i czego w ich trakcie doświadczamy. Potwierdzają to wyniki raportu „*Zmiany w zwyczajach i preferencjach świątecznych Polaków*”, opublikowanego przez serwis Prezentmarzeń. Za główną przyczynę obserwowanych zmian uznano rosnącą komercjalizację wszystkiego, co dotychczas kojarzone było ze Świątami Bożego Narodzenia. Aż 33% badanych łączy je głównie z szaleństwem przygotowań, a 28% rozpatruje w kontekście wszechobecnej gorączki przedświątecznych zakupów. Co piąty badany przyznał także, że tegoroczne Święta spędzi poza domem. Jak wynika bowiem z raportu portalu Travelplanet.pl zorganizowane wyjazdy świąteczne, obejmujące również Wigilię, są coraz częstsze. Przeciętny koszt takiej wycieczki w tym roku kształtuje się na poziomie 3300 zł za osobę, jednak wielkość ta jest zawyżona przez wyjazdy egzotyczne, stanowiące ponad 18% rezerwacji dokonywanych przez Polaków w tym okresie. Coraz chętniej rezygnujemy też z własnoręcznego przygotowania wieczerzy wigilijnej, zamawiając gotowe potrawy. I chociaż zakup produktów dla najbliższych raczej kojarzy nam się z pozytywnymi emocjami, to co trzeci badany przez serwis Prezentmarzeń, przyznał, że bardzo często zastępuje tradycyjne prezenty różnego rodzaju voucherami i kartami podarunkowymi. Z jednej strony może to wynikać z obawy przed zakupem nietrafionego prezentu, z drugiej zaś może być efektem przeświadczenia, że znalezienie właściwego подарunku jest zbyt trudne i czasochłonne.

### **Gdzie zatem podział się duch Świąt Bożego Narodzenia?**

Dla ponad połowy Polaków te święta wciąż mają jednak charakter rodzinny, jak wynika z ostatniego raportu Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS). I chociaż zaprzestaliśmy wysyłania okazjonalnych pocztówek z życzeniami, zastępując je SMSami, MMSami i rozmową na Skype, to sama tradycja składania życzeń wciąż jest dla nas bardzo ważna. Z radością i rodzinnie śpiewamy kolędy, wkładamy siano pod obrus na stole wigilijnym i dzielimy się opłatkiem życząc sobie wszystkiego najlepszego w najbliższym roku. Nieodzownym elementem tradycji Świąt Bożego Narodzenia są prezenty, na które

czeka 82% Polaków, jak wskazuje raport Barometr Providenta. Kobiety myślą najczęściej o perfumach, kosmetykach, biżuterii i czekoladkach, mężczyźni zaś są zainteresowani przede wszystkim elektroniką. W przypadku dzieci największe zainteresowanie obserwuje się w kategorii zabawek kreatywnych i artystycznych. Według badań Allegro „Ulubione Prezenty Polaków 2019” w tym roku planujemy obdarować około 5 osób, a w co czwartym domu prezenty otrzymają wszyscy, z którymi będziemy spędzali ten magiczny czas.

### Ile jesteśmy skłonni wydać na Święta w tym roku?

Okazuje się, że całkiem sporo. Z szacunków Providenta wynika, że w tym roku na ten cel przeznaczymy średnio nieco ponad 1700 zł. Największe wydatki deklarują osoby w wieku trzydziestu kilku lat oraz te, które mają dzieci. Główną część tych wydatków będą stanowiły te związane z zakupem prezentów. Co ciekawe, mężczyźni planują wydać na ten cel około 2000 zł i jest to kwota o około 500 zł wyższa niż w przypadku kobiet. Większość Polaków nie zamierza oszczędzać na organizacji tegorocznych Świąt, przyznając, że z roku na rok wydaje na ten cel więcej. Niewątpliwie cieszy fakt, że planowane wydatki będą realizowane głównie z bieżących dochodów. Co piąty Polak dopuszcza natomiast możliwość ewentualnego uszczuplenia własnych oszczędności, a zaledwie 1% zaciągnie na ten cel kredyt konsumpcyjny. Do większych wydatków skłaniają nas przede wszystkim akcje promocyjne, a także nowinki produktowe i technologiczne, jak również wystrój sklepów i panująca w nich świąteczna atmosfera.

### Gdzie szukamy inspiracji?

Raport Deloitte „Zakupy świąteczne 2019” wskazuje, że co drugi Polak poszukuje inspiracji głównie w wyszukiwarkach internetowych oraz serwisach typu porównywarki cen. Ważną kategorią są także media społecznościowe, dzięki którym nie tylko szukamy ciekawych pomysłów, ale także weryfikujemy opinie i rekomendacje innych użytkowników. Pozwala nam to minimalizować ryzyko zakupu prezentu, który tylko pozornie wydaje się być atrakcyjny. Social media są także wykorzystywane jako źródło informacji o promocjach i szansa na zdobycie kuponów rabatowych. I chociaż w grudniu obserwujemy największą intensyfikację decyzji nabywczych, to znaczna część polskich konsumentów zaczęła poszukiwania prezentów już w listopadzie, korzystając z okazji takich jak Black Friday czy Cyber Monday. Taka decyzja wynika przede wszystkim z chęci optymalizacji wydatków przeznaczanych na ten cel. Okazuje się, że wciąż chętniej kupujemy prezenty w sklepach stacjonarnych, chociaż zdecydowanie rośnie zainteresowanie sklepami internetowymi i platformami zakupowymi, zwłaszcza w grupie młodszych klientów. Wzrost liczby realizowanych transakcji e-commerce przed Świętami, wynika z mniejszej czasochłonności takich zakupów, niejednokrotnie bardziej atrakcyjnych cen niż w sklepach tradycyjnych czy wreszcie bardzo szerokiego asortymentu. Nie bez znaczenia są także nowe technologie, które coraz częściej stanowią nieodzowny element walki o klienta, zwiększając atrakcyjność procesu nabywania i intensywność towarzyszących mu doświadczeń.

Wyjątkowy czar Świąt Bożego Narodzenia przecież już trwa.

#### Więcej o autorce:

**Dominika Kaczorowska-Spychalska** jest dyrektorem Centrum Mikser Inteligentnych Technologii CMIT na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Jako jeden z ekspertów uczelni w obszarze technologii cyfrowych, zajmuje się w szczególności sztuczną inteligencją (AI) i Internetem Rzeczy (IoT) oraz ich implikacją w biznesie. Pasjonuje ją wpływ tych technologii na zachowania człowieka (Homo Cyber versus Homo Roboticus) oraz zakres i charakter interakcji między nim a technologią (Human-to-Machine, Machine-to-Human), w tym problematyka Digital Ethics. Jest autorką (w części współautorką) prawie 60 publikacji wydanych zarówno w wydawnictwach polskich, w tym czasopismach branżowych skierowanych do praktyków (np. „Marketing w Praktyce”), jak i zagranicznych (np. Springer).

Agnieszka Wołowiec

Wydział Zarządzania UŁ

ul. Matejki 22/26, 90-237 Łódź

tel.: 601 082 770, e-mail: [agnieszka.wolowiec@uni.lodz.pl](mailto:agnieszka.wolowiec@uni.lodz.pl)

Reprezentowała Polskę podczas Konferencji Państw Grupy Wszechradzkiej "V4 Conference on Artificial Intelligence" (Workshop Session: Societal challenges and labour market impacts by AI), a także była w grupie ekspertów zewnętrznych Ministerstwa Cyfryzacji zaangażowanych w prace nad przygotowaniem „Założeń do strategii AI w Polsce”. Jest pomysłodawcą i współautorką programu „Inteligentne technologie i człowiek”.