



**Zaostřeno**  
... na výsledky!

[www.focus-agency.cz](http://www.focus-agency.cz)

Závěrečná zpráva z výzkumu

# Letošní Vánoce

listopad 2023

# Metoda výzkumu

Kvantitativní výzkum na vzorku populace ČR ve věku 18 a více let.

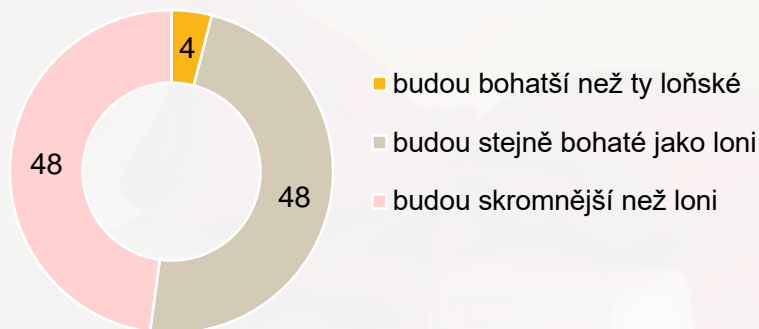
- **Výběr** respondentů: kvótní výběr na základě dat ČSÚ 2021. Kvótními znaky jsou pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání, velikost místa a kraj bydliště dotázaných.
- **Metoda** sběru dat: CAWI – dotazování na online panelu respondentů.
- **Termín** sběru dat: 13. – 17. 11. 2023.
- **Nástroj** sběru dat: dotazník.
- **Velikost** výběrového souboru: N = 2005 respondentů.



- ◁ Zpracování dat proběhlo v programech SPSS a Q Research Software. Procentuální údaje v grafech jsou pro větší přehlednost zaokrouhleny na celá čísla. Z důvodu zaokrouhlení nemusí být výsledný součet procent v některých případech roven 100 %.
- ◁ Interval spolehlivosti: max.  $\pm 2,2$  % na 95 % hladině významnosti při 50% četnosti jevu.

# Letošní Vánoce

Jaké budou Vaše letošní Vánoce ve srovnání s loňským rokem?



v %, N = 1813; celek, bez odpovědi „nevím“ (N 192)

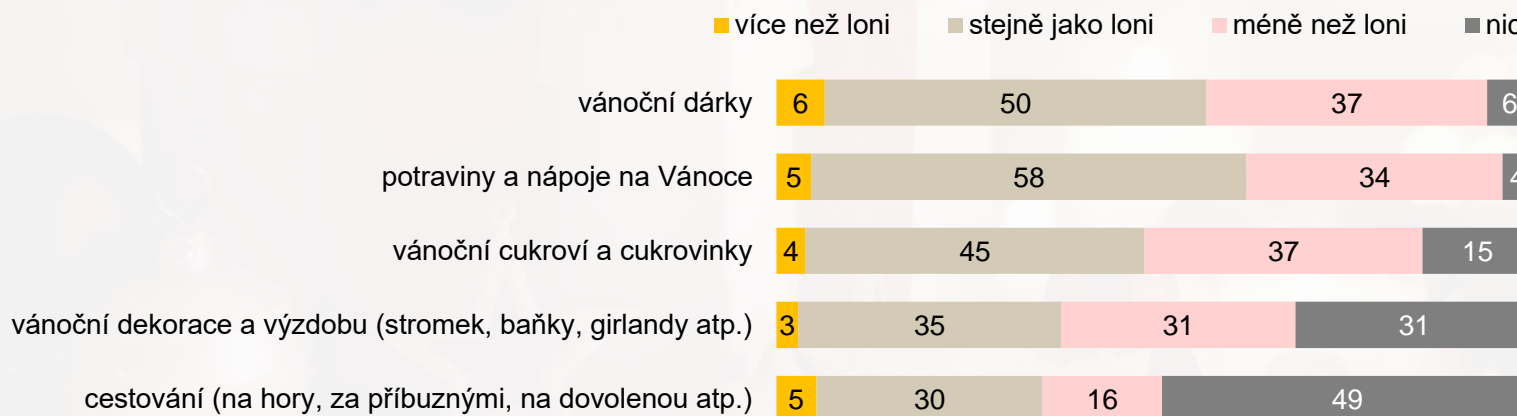


- ◊ Mají-li Češi a Češky srovnat své letošní Vánoce s loňskými, pak **necelá polovina** uvádí, že **budou skromnější než loni** (48 %), stejný podíl dotázaných uvádí, že jejich Vánoce budou **stejně bohaté** jako loni (48 %), jen 4 % domácností deklaruje, že jejich letošní Vánoce budou **bohatší** než loni.
- ◊ Stejně bohaté Vánoce jako loni častěji než celek deklarují lidé s vyšším profesním statutem, vysokoškoláci a lidé z domácností s vyššími příjmy. Naopak skromnější Vánoce než loni častěji uvádí lidé s nižším vzděláním, z domácností s nižšími příjmy a starobní důchodci.

# Letošní Vánoce a výdaje

- ☞ Z hlediska plánovaných výdajů na jednotlivé položky s Vánoci souvisejícími, jako jsou dárky, potraviny a nápoje, cukroví či dekorace, lidé sice u jednotlivých položek **nejčastěji** uvádí, že za ně plánují utratit **stejnou částku** jako loni (35–58 %), přibližně **třetina** dotázaných (31–37 %) však plánuje, že za ně **utratí méně**.
- ☞ **Jen 3–6 %** dotázaných uvádí, že za tyto položky plánuje utratit **více** než v loňském roce. Podíl těch, kdo uvádí, že utratí méně, tak u všech položek výrazně převyšuje ty, kdo uvádí, že za ně utratí více.
- ☞ Specifickou položkou je cestování (dovolená, návštěvy rodiny apod.), u které téměř polovina respondentů uvádí, že za ni nebude utrácet nic.

Kolik plánujete utratit ve srovnání s loňským rokem za....?

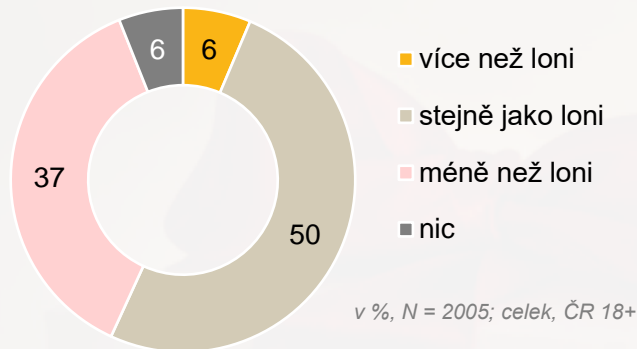


v %, N = 2005; celek, ČR 18+

# Letošní Vánoce

## nákup vánočních dárků detailněji

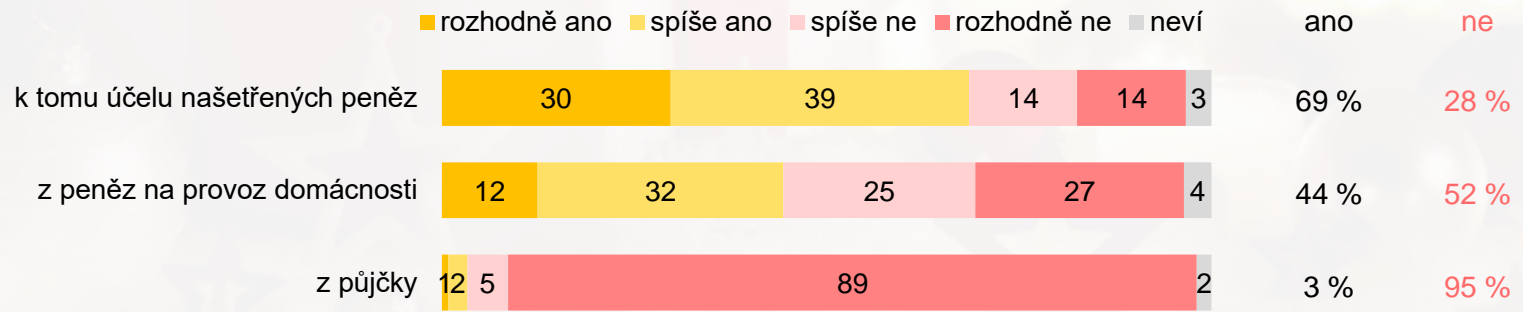
Kolik plánujete utratit ve srovnání s loňským rokem za vánoční dárky?



☞ Za vánoční dárky lidé letos plánují utratit **nejčastěji stejně jako loni** (50 %), **více než třetina** plánuje utratit **méně** (37 %), jen 6 % více. Zbývajících 6 % vánoční dárky neplánuje kupovat vůbec.

☞ Vánoční dárky plánují lidé **většinou** kupovat z peněz, které si pro tento účel **našetřili** (69 %), **více než dvě pětiny** však sáhnou i na **prostředky určené na provoz domácnosti** (44 %). Nákup dárků s využitím půjčky přiznávají 3 % dotázaných.

Vánoční dárky bude platit z...?

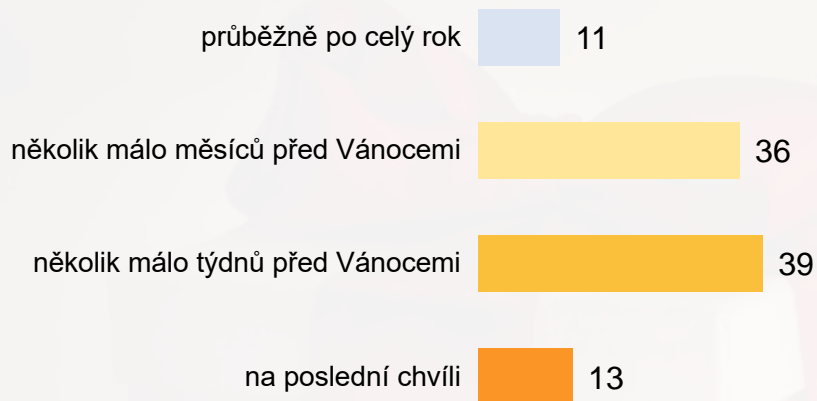


v %, N = 2005; celek, ČR 18+

# Letošní Vánoce

## nákup vánočních dárků detailněji

Vánoční dárky nakupujete..?



v %, N = 2005; celek, ČR 18+



- Nejvíce lidé kupují dárky v **období několika týdnů** (39 %) či **několika málo měsíců před Vánocemi** (36 %). Desetina nakupuje vánoční dárky průběžně po celý rok (11 %), naopak 13 % je kupuje na poslední chvíli.
- Ženy vánoční dárky většinou kupují s větším časovým předstihem - v průběhu roku či v období několik málo měsíců před Vánocemi (celkem 55 %), muži je většinou kupují v období blíže k Vánocům (několik týdnů před Vánocemi nebo na poslední chvíli; celkem 60 %).

# Příloha – struktura výběrového souboru

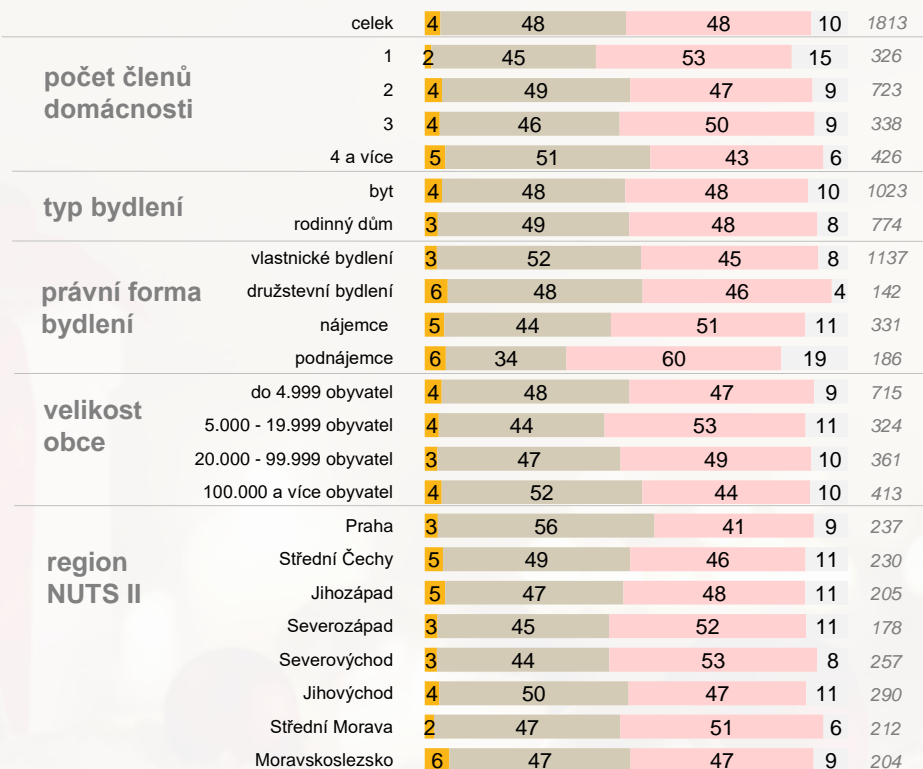
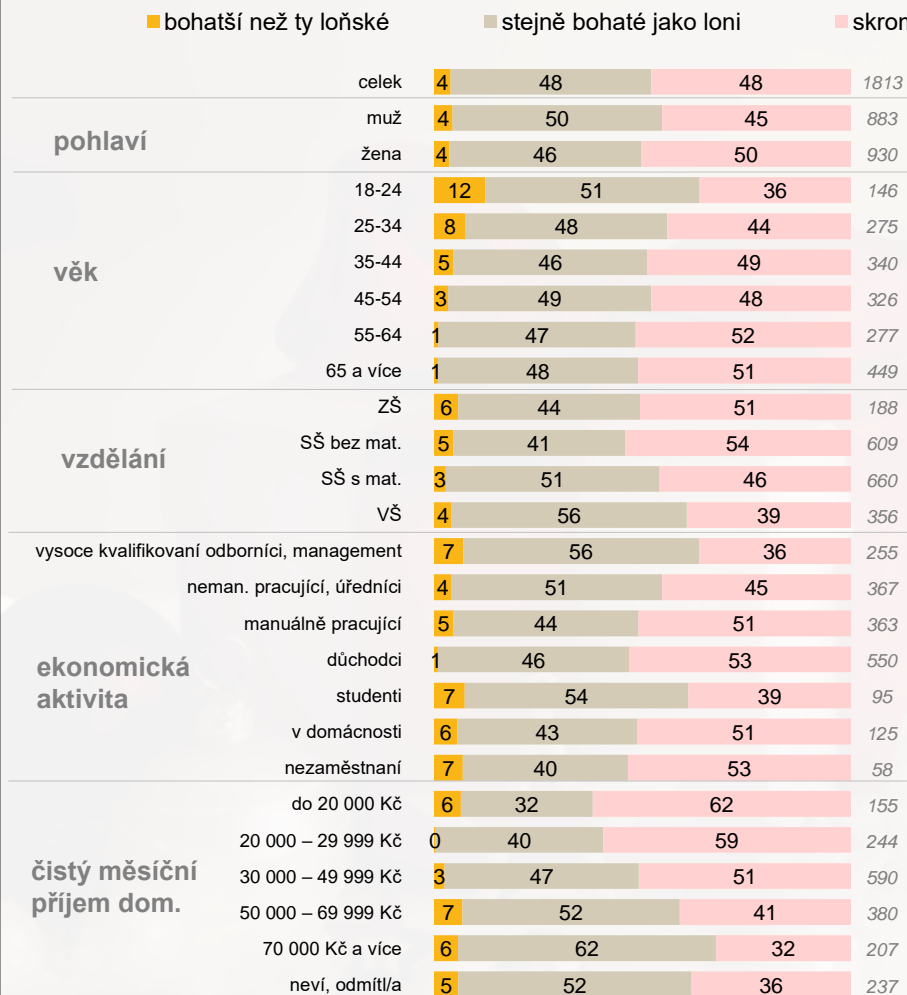
pohlaví	muž	49	980
	žena	51	1025
věk	18-24	8	160
	25-34	15	303
	35-44	18	370
	45-54	18	367
	55-64	15	302
	65 a více	25	503
vzdělání	ZŠ	11	220
	SŠ bez mat.	34	683
	SŠ s mat.	36	714
	VŠ	19	388
ekonomická aktivita	vysoce kvalifikovaní odborníci, management	14	278
	neman. pracující, úředníci	20	392
	manuálně pracující	20	409
	důchodci	31	612
	studenti	5	107
	v domácnosti	7	132
čistý měsíční příjem dom.	nezaměstnaní	4	75
	do 20 000 Kč	9	188
	20 000 – 29 999 Kč	13	263
	30 000 – 49 999 Kč	32	645
	50 000 – 69 999 Kč	20	398
	70 000 Kč a více	11	217
	neví, odmít/a	15	294

počet členů domácnosti	1	19	385
	2	40	796
	3	18	370
	4 a více	23	454
typ bydlení	byt	57	840
	rodinný dům	42	1142
právní forma bydlení	vlastnické bydlení	61	1230
	družstevní bydlení	7	148
	nájemce	19	373
	podnájemce	11	229
velikost obce	do 4.999 obyvatel	39	783
	5.000 - 19.999 obyvatel	18	365
	20.000 - 99.999 obyvatel	20	399
	100.000 a více obyvatel	23	458
region NUTS II	Praha	13	260
	Střední Čechy	13	259
	Jihozápad	12	231
	Severozápad	10	200
	Severovýchod	14	279
	Jihovýchod	16	326
	Střední Morava	11	226
	Moravskoslezsko	11	224

v %, N = 2005; celek

# Doplňkové grafy třídění 2. stupně dle sociodem. charakteristik

## Letošní Vánoce ve srovnání s loňskými

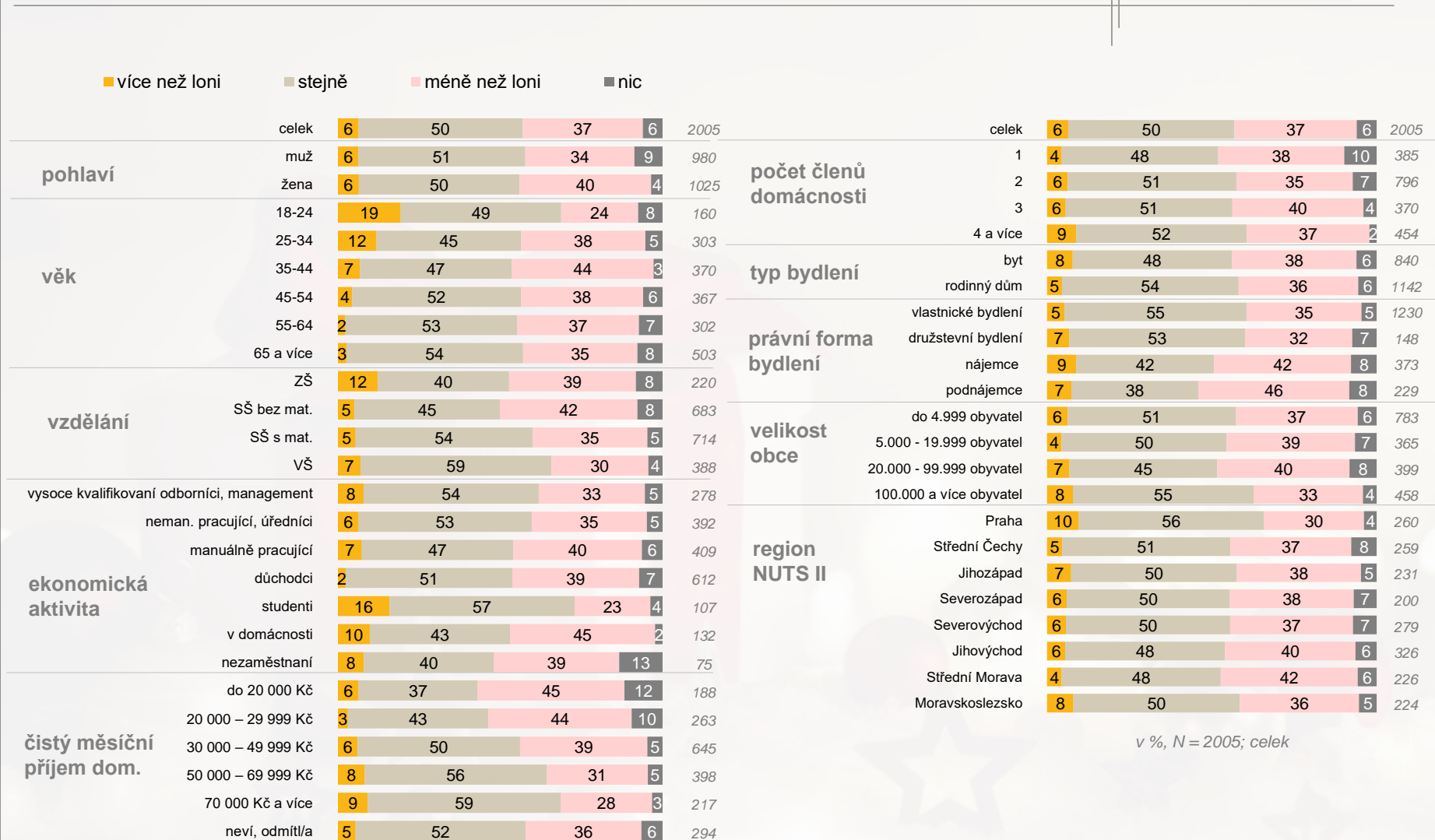


v %, N = 1813; celek, bez odpovědi „nevím“ (N 192)



# Doplňkové grafy třídění 2. stupně dle sociodem. charakteristik

## Plánovaná útrata za vánoční dárky

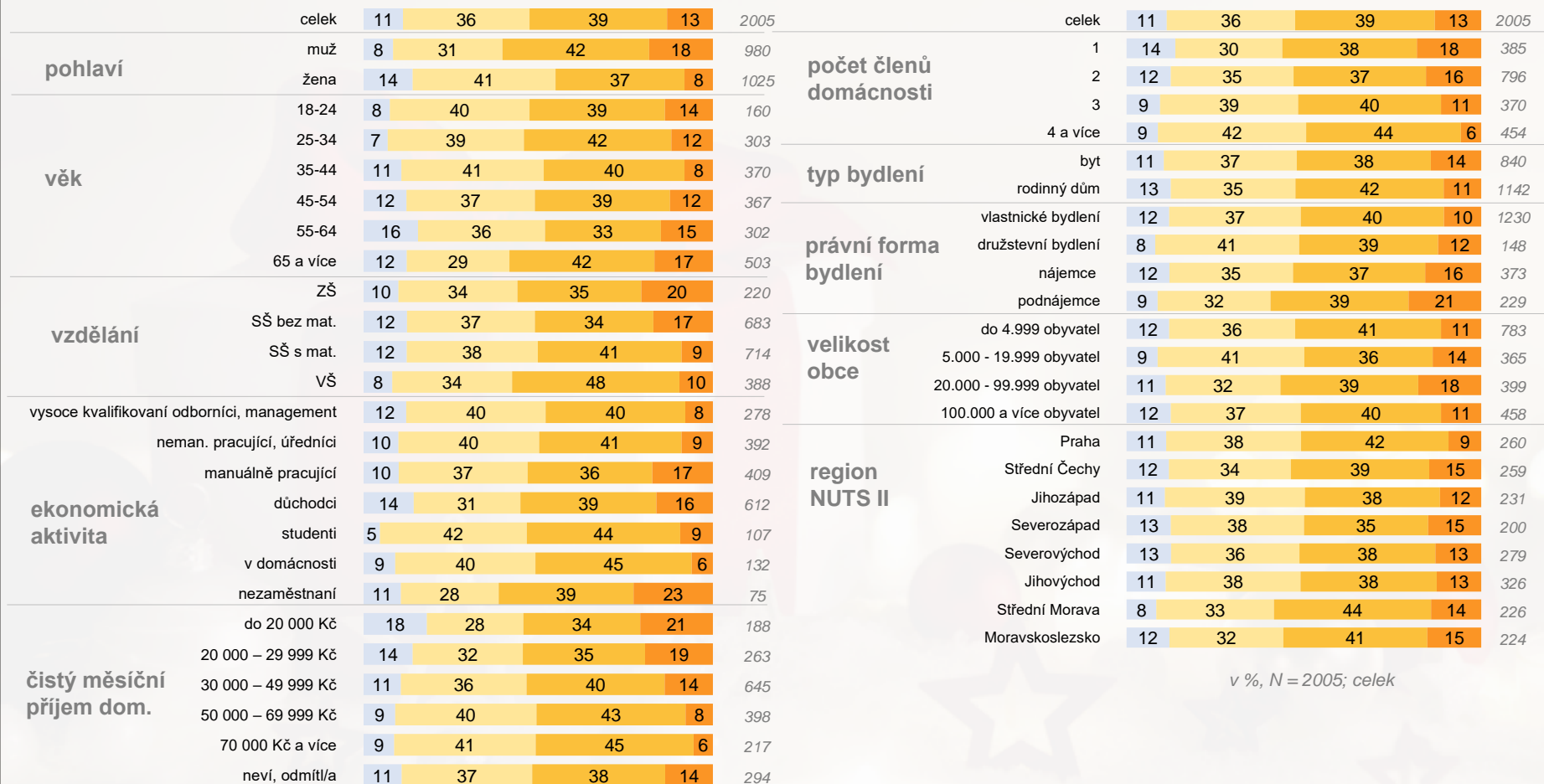


v %, N = 2005; celek

# Doplňkové grafy třídění 2. stupně dle sociodem. charakteristik

## Období nákupu vánočních dárků

■ průběžně po celý rok
 ■ několik málo měsíců před Vánoce
 ■ několik málo týdnů před Vánoce
 ■ na poslední chvíli



v %, N = 2005; celek



#### Česká republika

##### **FOCUS - Marketing & Social Research**

Vrchlického sad 4  
602 00 Brno  
tel.: +420 532 191 470  
fax: +420 532 191 475

e-mail: [info@focus-agency.cz](mailto:info@focus-agency.cz)  
[www.focus-agency.cz](http://www.focus-agency.cz)

#### Slovenská republika

##### **FOCUS - Marketing & Social Research**

Sládkovičova 4  
810 00 Bratislava  
tel.: +421 252 931 366  
fax: +421 252 931 378

e-mail: [info@focus-research.sk](mailto:info@focus-research.sk)  
[www.focus-research.sk](http://www.focus-research.sk)

**Dáváme datům smysl**

---

... již více než 20 let!