

Przeprowadzone przez INSE Research badanie porusza szeroko rozumianą problematykę

ODEJŚCIA OD STANDARDOWEGO MODELU RODZINY.

Dzięki analizie kilku zjawisk niszowych dotyczących sposobu funkcjonowania podstawowych komórek społecznych możliwe było skupienie się na kierunku zmian w standardowym podejściu do specyfiki rodzin.

ANALIZA OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE GRUPY NISZOWE:

DINKS

(Double Income No Kids)
„dziecko kotwicą kariery”

LAT

(Living Apart Together)
„związek pół na pół”

Eurosieroctwo

„tata nie wraca ranki i wieczory...”

Rodzina nomadyczna

„wszędzie i nigdzie”

Badanie zwraca szczególną uwagę na społeczne, ale także marketingowe implikacje zachodzących zmian. Coraz większa liczba zjawisk zmieniających klasyczny model rodziny może zakłócać wiele procesów badań lub osłabiać poprawność założeń. Z drugiej strony problem ze zdefiniowaniem przeciętnego, „normalnego” modelu rodziny utrudnia w znacznym stopniu uogólnianie preferencji oraz analizę zachowań konsumenckich.

BADANIE PODEJMUJE PRÓBĘ ODPOWIEDZI NA PYTANIA:

- Czy sposób życia i funkcjonowania w społeczeństwie wpływa na preferencje zakupowe niestandardowych modeli rodzin ?
- Co konsumują niestandardowe rodziny? Gdzie spędzają wolny czas?
- W co wierzą i czy są tak samo szczęśliwe jak rodziny tradycyjne?
- I przede wszystkim – czy mogą być atrakcyjną grupą klientów?

A może niestandardowa rodzina jest już standardem?

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami naszych badań.

Zespół INSE Research

” **Rodzina** to mała grupa pierwotna złożona z osób, które łączy stosunek małżeński i rodzicielski oraz silna więź międzyosobnicza.

(Jan Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*)

Rodzina? Rodzina jest najważniejsza. ”
Spędzasz czas z rodziną? To dobrze. Mężczyzna, który nie spędza czasu z rodziną, nigdy nie będzie prawdziwym mężczyzną.

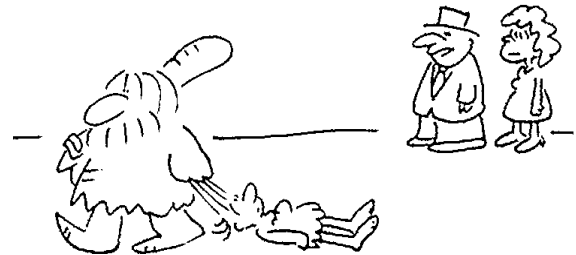
(Vito Corleone, *Ojciec chrzestny*)

Rodzina bardzo często jest postrzegana jako najmniejsza i najbardziej elementarna komórka społeczna. Funkcje pełnione przez rodzinę są jednocześnie podstawą do występowania oraz działalności innych grup społecznych. Zależność ta może wystąpić w każdym czasie i miejscu.

Kowalscy.pl

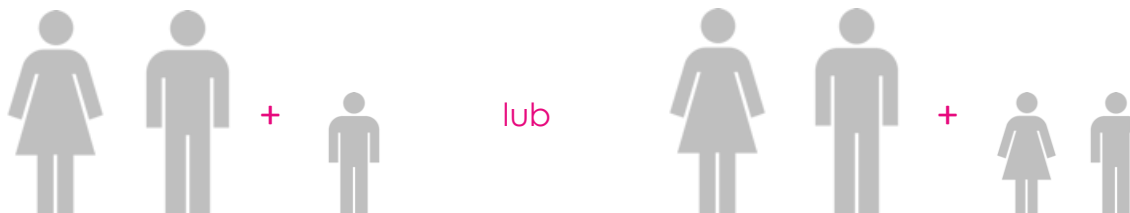
- małżeństwo
- aktywni zawodowo
- umiarkowanie mobilni
- mieszkający razem
- mają, planują lub starają się o dzieci
- znają kuzyna dziadka... ze zdjęcia

„You seldom see such traditional family values these days”



Na Zachodzie (nie) bez zmian. A u nas?

Współczesna rodzina to przede wszystkim **RODZINA NUKLEARNA** (składająca się z męża, żony i dziecka/dzieci, najczęściej model 2+2 lub 2+1).



Współczesna rodzina:

- prowadzi osobne gospodarstwo domowe;
- oprócz męża żona również pracuje zawodowo poza domem;
- z reguły nie utrzymuje bliskich kontaktów z dalszą rodziną.

Ale przecież:

$$\text{Kowalscy.pl} + \begin{array}{l} \text{sytuacja ekonomiczna,} \\ \text{westernizacja, różne style życia, mobilność,} \\ \text{kariery zawodowa, zmiany systemu wartości,} \\ \text{konsumpcjonizm, indywidualizm} \\ \text{oraz wiele innych...} \end{array} = \text{modyfikacja} \\ \text{definicji rodziny}$$

Zmieniają się formy, struktury i funkcje współczesnych rodzin. Do najważniejszych zmian zalicza się m.in. zmiany w zakresie równości płci, ograniczeniu ulegają funkcje rodziny. Indywidualizm wypiera rolę rodziny. Zmiany te wpływają na wszystkie obszary funkcjonowania rodziny.

Dlatego można stwierdzić, że w odniesieniu do wielu gospodarstw w Europie i na świecie nie można użyć terminu „rodzina nuklearna” – jest on niedostosowany do szybko zmieniającej się rzeczywistości.

It's complicated!

facebook

Basic Information

Relationship
Status

It's complicated



single

I'm single
and I know it!

friends as family

Monica, Ross, Rachel,
Phoebe, Chandler...
i Joey oczywiście

homorodziny

czyli kto się nie wzruszył,
oglądając *Tajemnicę*
Brokeback Mountain

LAT

(Living Apart Together)
King of My Castle

poliamoryści

wielokochający,
czyli śniadania we troje

rodzina nomadyczna

(wizytowa)
wszędzie i nigdzie

KOOPF

(Kids of One Parent Families)
1+1

patchwork family

(rodzina zrekonstruowana)
harmonia łał

DINKS

(Double Income No Kids)
nie odmawiamy sobie
niczego... z wyjątkiem dzieci

rodzina eurosieroca

tata nie wraca ranki
i wieczory...

Agnieszka i Robert



– Może i jestem egoistką. Może lubię luksus i przyjemności. Każdy to lubi, tylko ja w odróżnieniu od wielu mam odwagę powiedzieć o tym głośno i żyć tak, jak chcę.

– Jesteśmy klasyczną parą DINKS, bez dzieci i o podwójnym dochodzie. Ważna jest dla nas kariera, jesteśmy ambitni. I nie wstydzimy się tego.



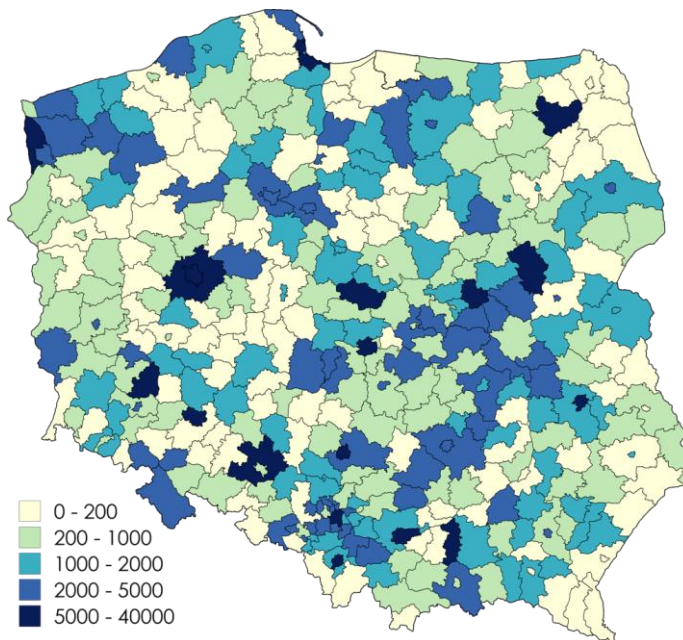
Bezdzietni, spełnieni, wolni i szczęśliwi... czyli DINKS (ang. Double Income No Kids – podwójny dochód, żadnych dzieci). Partnerzy zajęci rozwojem karier zawodowych podejmują świadomą decyzję o bezdzietności. Ekonomiczne korzyści z bezdzietności inwestują w siebie, w przyjemności, podróże czy dalsze kształcenie się.

Model DINKS zyskuje w Polsce na popularności. W coraz późniejszym wieku młodzi ludzie zostają rodzicami, a coraz więcej osób nie zostaje rodzicami w ogóle. Jeszcze w 2000 roku średni wiek urodzenia pierwszego dziecka wynosił 23,7 lat. Obecnie jest to już 27 lat (GUS).

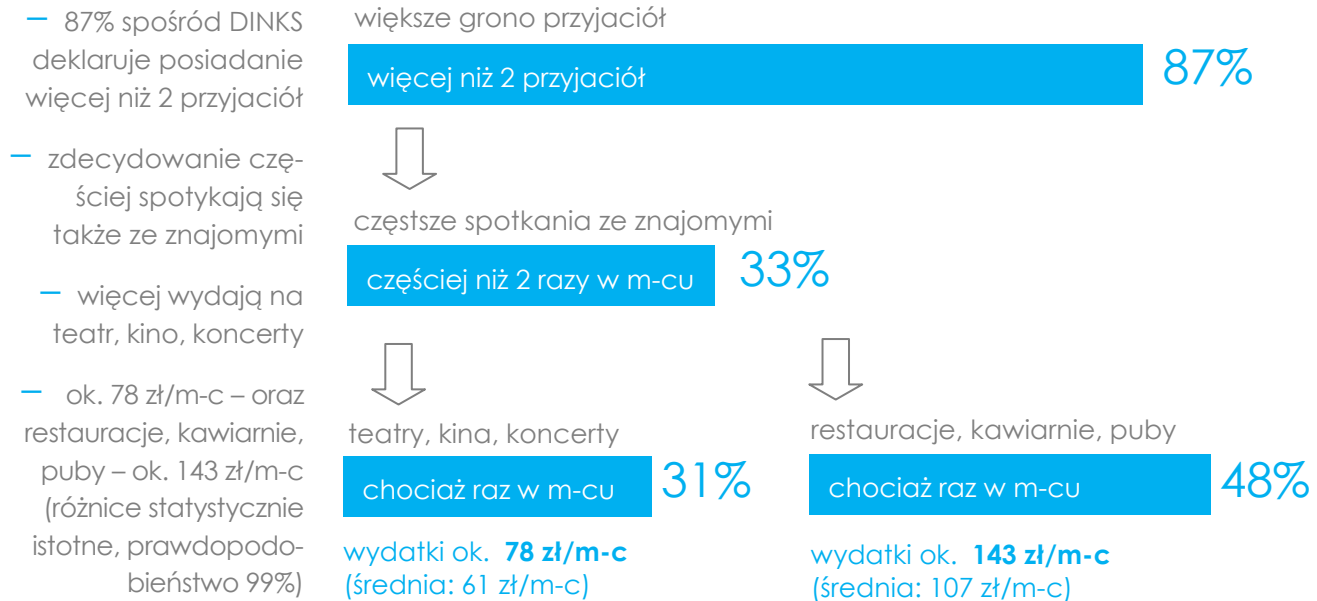
w Polsce mieszka
około rodzin typu
500 tys.
DINKS

- DINKS to przede wszystkim mieszkańcy dużych miast – średnio 15% rodzin mieszkających w Warszawie, Krakowie, Łodzi i Wrocławiu to pary bezdzietne
- w 68 spośród 379 powiatów w Polsce mieszka więcej niż 5000 tys. DINKS-ów, a najwięcej z nich zamieszkuje Warszawę, Kraków i Wrocław

Liczna rodzin typu DINKS



Według *American Demographic Magazine* DINKS przeznaczają o **60%** więcej środków na rozrywkę i ponad dwukrotnie więcej na jedzenie poza domem



- relatywnie więcej wydają na książki oraz gazety i czasopisma
- wolny czas przeznaczają na realizację swoich pasji (turystykę górską, wyprawy jachtem, zwiedzanie, sport)
- dodatkowy wolny czas przeznacziliby głównie na rozwój osobisty, aktywny wypoczynek oraz podróże

więcej wydają na:

- książki – ok. **74 zł/m-c** (średnia: 56 zł/m-c)
- gazety, czasopisma – ok. **20 zł/m-c** (średnia: 17,5 zł/m-c)

na co przeznaczysz dodatkowy wolny czas?

- kurs hiszpańskiego
- kurs malarstwa
- studia uzupełniające

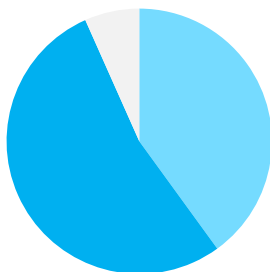
plany na najbliższy rok:

- *Przede wszystkim samorozwój. Chciałbym rozpocząć studia podyplomowe, aby móc w przyszłości zmienić pracę*
- *Planujemy podróż dookoła świata lub chociaż po Europie*

Zakupowa (r)ewolucja

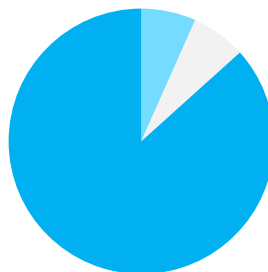
6 na 10 badanych DINKS stwierdza, że zakupy sprawiają im prawdziwą radość

CO
wpływa
na decyzje
zakupowe?



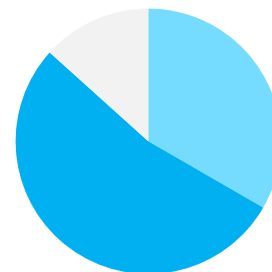
ŻYWNOSĆ

- Hortex
- Danone
- Nestle
- Knorr
- Morliny
- Tarczyński



UBRANIA

- Lacoste
- Lee
- Solar
- River Island
- Zara
- Promod
- Puma



RTV I AGD

- Sony
- Siemens
- Samsung
- Electrolux

najczęściej
kojarzone
MARKI

”” Znam bardzo dużo par mieszkających oddzielnie, nawet w innych miastach, i wszystkie są zadowolone, a ja to na maksa.

(Hanna Bakuła)

Związek **LAT** (ang. Living Apart Together) to związek na odległość, w którym partnerzy zdecydowali się nie mieszkać wspólnie. Dzieje się tak z powodów zawodowych, przekonań osobistych lub ze względów praktycznych. Żyjąc razem, ale osobno chcą uniknąć znudzenia sobą, podtrzymać pożądanie i zainteresowanie, a także nie rezygnować ze swoich przyzwyczajzeń i pasji. Wyznają zasadę, że para nie musi ze sobą mieszkać, aby tworzyć trwały związek.

To uratowało mój nadwątłony związek, bo jako pedant nie byłam w stanie mieszkać z zawodowym bałaganierzem (...).

(Hanna Bakuła)

LAT – na dobre i na złe... czy na odległość?



RODZINA to dla mnie:

- możliwość realizacji swoich planów bez konieczności ograniczeń wynikających z mieszkania razem
- rodzina to miłość i poczucie bezpieczeństwa
- związek bez ograniczeń, dający możliwość swobody i przestrzeni

Najważniejsze WARTOŚCI w życiu

zdrowie

udany związek

praca

wolność i swoboda

pogoda ducha

ZALETĄ

mojego związku jest:

- jestem panią swojego losu
- posiadanie pilota na wyłączność
- wolność i poszanowanie prywatności
- możliwość oddania się swoim obowiązkom i przyjemnościom

87%

nie zamierza nic zmieniać w swoim życiu w ciągu najbliższego roku

twierdzi, że zakupy sprawiają im prawdziwą radość

87%

85%

uważa, że wygląd jest bardzo ważny

czuje się szczęśliwymi ludźmi

80%

73%

ocenia swoją sytuację finansową jako dobrą lub bardzo dobrą

przywiązuje wagę do dóbr materialnych

70%

67%

nie chce rezygnować z pracy zawodowej, nawet jeżeli partner zapewni wystarczające dochody



Co **3** badany wolny czas spędza najchętniej na zakupach.
Na zakupy przeznaczają średnio **4,7** godziny w tygodniu.

67% badanych chętnie korzysta z promocji i wyprzedaży.



Jest przywiązany do marek, które zna. Marka ma największy wpływ przy wyborze ubrań oraz sprzętu RTV/AGD.

- najczęstszym kryterium wyboru produktów żywnościowych jest jakość
- większość badanych regularnie stara się kupować produkty ekologiczne
 - aż 6 na 10 badanych w ogóle nie korzysta z zakupów internetowych, tylko co trzeci kupuje przez internet przynajmniej raz w miesiącu



60%

Sześć na dziesięć badanych osób kupuje „zielone” produkty ekologiczne (nabiał, makarony, warzywa i owoce, produkty zbożowe).

Połowa badanych przy zakupach żywności zwraca uwagę przede wszystkim na jakość. Cena jest na drugim miejscu (33%).

47%

Zakupy
w internecie?
NIE, dziękuję.

kilka razy w m-cu

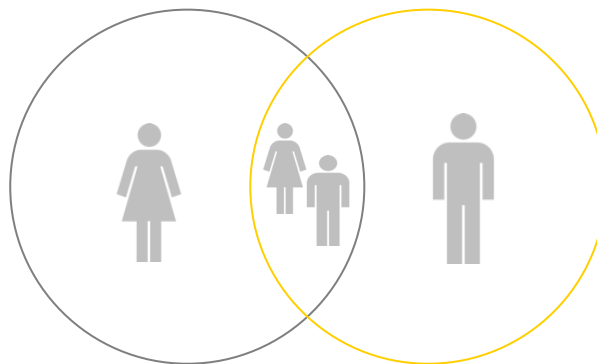
27%

wcale

60%

Anna, która wyjechała z Białej Podlaskiej do Warszawy (...) pozostawiła dwoje dzieci (11 i 13 lat) i męża – dyrektora podstawówki. W stolicy (...) jest zastępcą redaktora naczelnego (...). Anna pięć dni w tygodniu mieszka w Warszawie, w wynajętej kawalerce. Na weekendy przyjeżdża do rodziny.

RODZINA NOMADYCZNA,
zwana również rodziną
wizytową, oparta jest na
tzw. związku na odległość.



Najczęściej ze względu na odległość miejsc pracy jednego lub obojga partnerów, partnerzy mieszkają daleko od siebie i spotykają się we wspólnym domu w weekendy czy święta. Szacuje się, że na świecie **około 15%** związków to właśnie rodziny nomadyczne.

48%

Prawie połowa badanych twierdzi, że we własnym domu **nie spotyka się regularnie z przyjaciółmi i krewnymi**, a zaledwie **5%** deklaruje, że przyjaciele stanowią istotną wartość w życiu.

33%

Co trzecia osoba poświęciła w tygodniu poprzedzającym badanie **więcej niż 40 godzin na pracę**.

30%

Jedna trzecia badanych deklaruje, że **poprawiła się** ich sytuacja materialna w porównaniu do okresu sprzed 2 lat (11% wśród pozostałych gospodarstw domowych).

Wezmę teraz, oddam później...

... czyli, nie ma biedy,
bo jest kredyt

przeciętnie w rodzinach
nomadycznych
przeciętnie we wszystkich
gospodarstwach domowych

TAK 57%

NIE 43%

TAK 39%

NIE 61%

dobra trwałego użytku

53%

na co pożyczają?

37%

remont domu lub mieszkania

47%

32%

zakup domu lub mieszkania

34%

18%

13% wypoczynek

3%

7% bieżące wydatki

18%

1% własna dział. gospodarcza

6%

- ponad połowa rodzin nomadycznych spłaca kredyt
- co trzecia rodzina nomadyczna posiada oszczędności
- kredyty najczęściej przeznaczane są na dobra trwałego użytku oraz remont

- co trzecia osoba w rodzinach nomadycznych twierdzi, że przywiązuje dużą wagę do dóbr materialnych (31%)
- pieniądze stanowią najważniejszą wartość w życiu dla 35% badanych
- członkowie rodzin nomadycznych częściej niż osoby z przeciętnego gospodarstwa domowego (różnice istotne statystycznie, prawdopodobieństwo 99%) posiadają co najmniej jeden samochód, telefon komórkowy, przenośny komputer

telefon komórkowy

posiada 92% członków rodzin (vs. 74%)

co najmniej 1 samochód

ma 91% rodzin (vs. 61%)

komputer przenośny

posiada 61% rodzin (vs. 39%)

działka

posiada 16% rodzin (vs. 12%)

prawie 50% z nich deklaruje, że są na bieżąco z nowoczesną techniką



nie lubią wydawać dużo na urządzenia techniczne (80% z nich)

Zakupy? Tak, ale z głową?

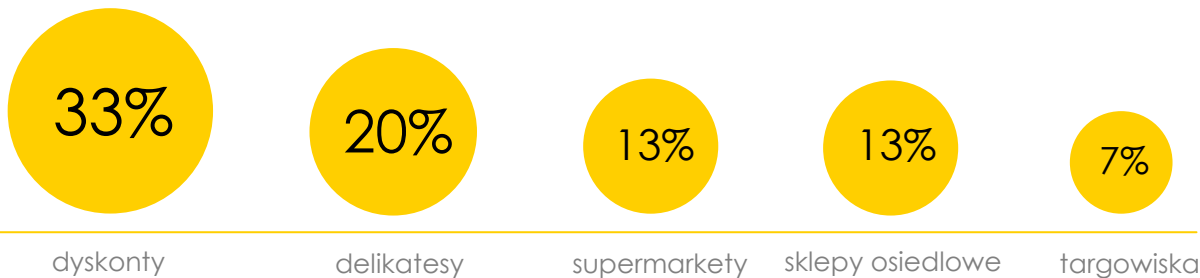


Ponad 40% badanych podczas zakupów kieruje się głównie jakością, cena jest dla nich drugorzędna.



GDZIE

najczęściej kupują produkty codziennego użytku?



(...) syn zaczął dorastać i po prostu przestało mu brakować, teraz jest fajnie jak [ojciec] przyjedzie, bo pójdą razem na zakupy, zrobi zakupy, fajnie, przyjechał, wydał pieniądze (...) kasa, kasa.

”

 (Jeden z badanych)

brak codziennego kontaktu = obdarowywanie bliskich prezentami

Wraz z nasilaniem się zagranicznej migracji zarobkowej coraz powszechniejsze jest zjawisko rodzicielstwa na odległość. Taka sytuacja implikuje istotne zmiany w codziennym funkcjonowaniu rodziny. Przykładowo: w przypadku wyjazdu za granicę jednego z rodziców – rolę, którą odgrywał on dotychczas, przejmuje rodzic pozostający w kraju. W przypadku wyjazdu obojga rodziców ich role są najczęściej przejmowane przez najbliższych krewnych (np. dziadków lub starsze rodzeństwo). Niejednokrotnie zdarza się, że w ramach rekompensaty za nieobecność migranci obdarowują swoich bliskich różnymi prezentami.

Tam zarabiać, tu wydawać...



... a prezenty najlepiej kupować W POLSCE...

wysokie kursy walut + oszczędność miejsca w walizce = prezenty kupowane w Polsce

RESZTA idzie na...

bieżące wydatki

remont lub wyposażenie mieszkania

zakup samochodu

edukacja

zakup nieruchomości

hobby

— oszczędności gromadzone podczas pobytu za granicą są przeznaczone głównie na bieżące wydatki po przyjeździe do Polski (36%) oraz remont lub wyposażenie mieszkania (33%)

— na środkach napływających z zagranicy korzysta przede wszystkim szeroko pojęty handel, a także producenci i sprzedawcy materiałów budowlanych, branża telekomunikacyjna i informatyczna, firmy przewozowe oraz niepubliczne zakłady opieki zdrowotnej

na razie...

za telefon komórkowy płacą przeciętnie o **28 zł** więcej niż inni

Krewni i znajomi daleko, dostępni najwyżej na gadu-gadu, skype czy „
przez telefon. Zobaczyć ich można tylko w internetowej kamerze

(Jeden z badanych)

...ale kiedy tylko wrócę

- oczywiście zabawa z dziećmi i dom
- w końcu pojedziemy na urlop
- kiedy już będzie czas, spotkam się ze znajomymi, zajmę się sobą i dziećmi



GAME OVER

Badanie bazuje na szeregu projektów i badań zrealizowanych przez **INSE Research** (oraz Instytut Nauk Społeczno-Ekonomicznych), związanych z problematyką różnego rodzaju modeli rodzin oraz wymiarów ich funkcjonowania, a także opiera się na:

- wynikach badania budżetów gospodarstw domowych (GUS)
- wynikach diagnozy społecznej (Rada Monitoringu Społecznego)
- szeroko zakrojonej analizie desk research



www.inseresearch.pl

+48 42 636 03 29