



Tygodnik Gospodarczy PIE

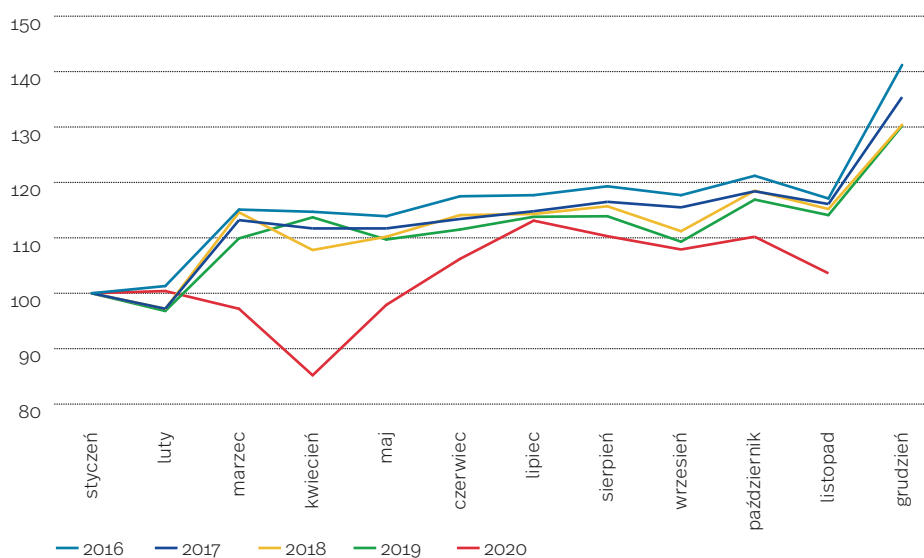
23 grudnia 2020 r.

Wydatki świąteczne zdeterminują kształt PKB w IV kw. 2020 r.

- **Sprzedaż detaliczna obniżyła się w listopadzie o 5,3 proc. Wyniki w grudniu najprawdopodobniej wciąż będą gorsze niż w 2019 r. – szacujemy spadek o 2 proc.**
- **Grudniowe wyniki handlu detalicznego będą znacznie mocniej determinować kształt PKB w IV kwartale niż listopadowe.**

W standardowym warunkach obroty w tym miesiącu są o 18-25 proc. wyższe niż w okresie marzec-listopad oraz 30-40 proc. większe niż w styczniu i lutym (wykres 1). W obliczu pandemii i mniejszej liczby odwiedzin bliskich dużą niewiadomą jest, jak zmienią się wydatki świąteczne.

▸ **Wykres 1.** Sprzedaż w kolejnych miesiącach (w proc., styczeń = 100)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS.

- **Badania ankietowe konsumentów dają rozbieżne wyniki: Deloitte wskazuje na spadek wydatków świątecznych o 29 proc. [1], IBRiS o 1,8 proc. [2].** Ankietowani przez Deloitte raportują, że będą redukować głównie koszty związane z transportem, rozrywkami oraz żywnością. Spadki wydatków w tych grupach sięgną 70 proc., 43 proc. i 33 proc. Firma konsultingowa wskazuje, że ograniczenia wydatków na prezenty jest na tym tle małe (o 8 proc.). Wyniki tej ankiety w przeszłości często odbiegały od wzorców zakupowych raportowanych przez GUS, niemniej badanie najprawdopodobniej trafnie pokazuje największych przegranych, tj. stacje benzynowe oraz sklepy z żywnością.
- **Dane o wysokiej częstotliwości sugerują wyniki bliższe sondażowi IBRiS.** Indeks

mobilności Google wskazuje, że ruch w placówkach handlowych dynamicznie wzrósł w pierwszej połowie miesiąca. Galerie handlowe odwiedza o 20 proc. mniej osób niż w styczniu – w listopadzie było to 40 proc. mniej. W mniejszych placówkach obserwujemy wzrost o 10 proc., choć może mieć on po części charakter sezonowy. Najprawdopodobniej dużo wyższe będą też wyniki e-commerce, choć nie zrekompensują one w pełni strat sklepów stacjonarnych.

- **Dlatego też szacujemy, że sprzedaż detaliczna spadnie w grudniu o 2 proc. r/r.** W całym IV kw. wartość dodana w handlu będzie niższa o 3 proc. r/r. Łącznie wyniki sektora obniżą PKB w ostatnim kwartale o około 0,5 pkt. proc.

[1] <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2020.html> [dostęp: 21.12.2020].

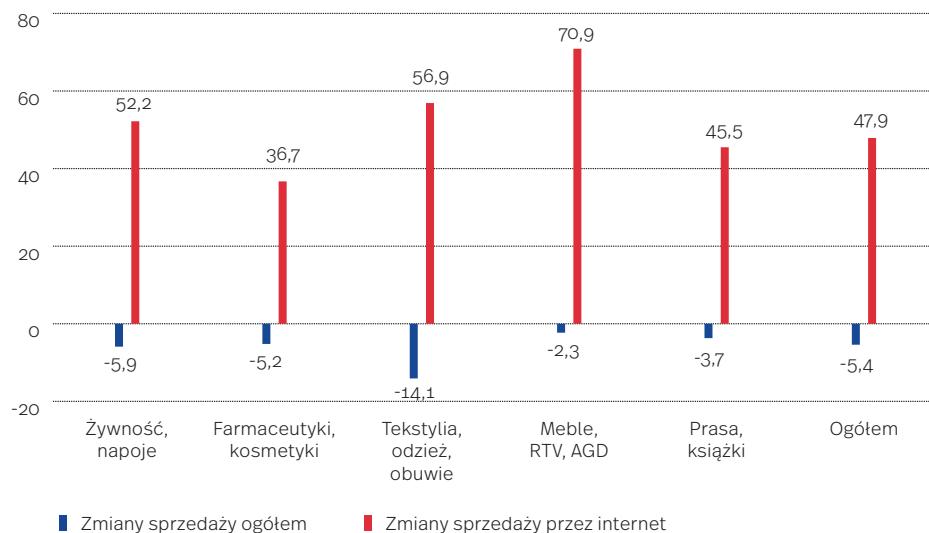
[2] https://ibris.pl/wp-content/uploads/2020/12/Raport-%C5%9Bwi%C4%85teczny-2020_IBRiS_F-1.pdf [dostęp: 21.12.2020].

Zmiany w zakupach świątecznych Polaków

- Polska tradycja spędzania Świąt Bożego Narodzenia wiąże się ze wzmożonymi zakupami, obdarowywaniem się prezentami (37 proc. wskazań konsumentów) i spotkaniami z rodziną przy wigilijnym stole (31 proc.) [3]. **Pandemia COVID-19 sprawiła, że w tym roku świąteczne zwyczaje Polaków zmieniają się. Aż 72 proc. deklaruje pozostanie w domu, 67 proc. ograniczenie wizyt w sklepach stacjonarnych, 63 proc. ograniczenie spotkań towarzyskich, a 62 proc. wcześniejsze zrobienie zakupów** [4].
- Z danych GUS wynika, że wzrost zamożności społeczeństwa w ostatnich latach przekładał

się na rosnące wydatki konsumentów, szczególnie w końcówce roku. W listopadzie i w grudniu 2019 r. sprzedaż detaliczna ogółem była o ponad 5 proc. wyższa w każdym z tych miesięcy w porównaniu z analogicznym okresem 2018 r. Z ostatnich dostępnych danych GUS wynika, że **w listopadzie, w porównaniu do października br., wystąpił spadek sprzedaży detalicznej o 5,4 proc., ale sprzedaż przez internet wzrosła aż o 47,9 proc.**, głównie mebli, RTV i AGD (wzrost o 70,9 proc), tekstyliów, odzieży i obuwia (56,9 proc) oraz żywności i napojów (52,2 proc.) (wykres 2).

➤ **Wykres 2.** Zmiany sprzedaży detalicznej w listopadzie w porównaniu do października 2020 r. według grup produktów ogółem i przez internet (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie: *Dynamika sprzedaży detalicznej w listopadzie 2020 r.* (2020), GUS, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel/dynamika-sprzedazy-detalicznej-w-listopadzie-2020-roku,14,71.html> [dostęp: 21.12.2020].

- **W wyniku drugiej fali pandemii i zastosowanych restrykcji zaobserwowano skokowy wzrost zakupów świątecznych online**, postrzeganych jako bardziej bezpieczne niż w sklepach stacjonarnych. W rezultacie **udział sprzedaży online w sprzedaży detalicznej ogółem wzrósł z 7,3 proc. w październiku br.**

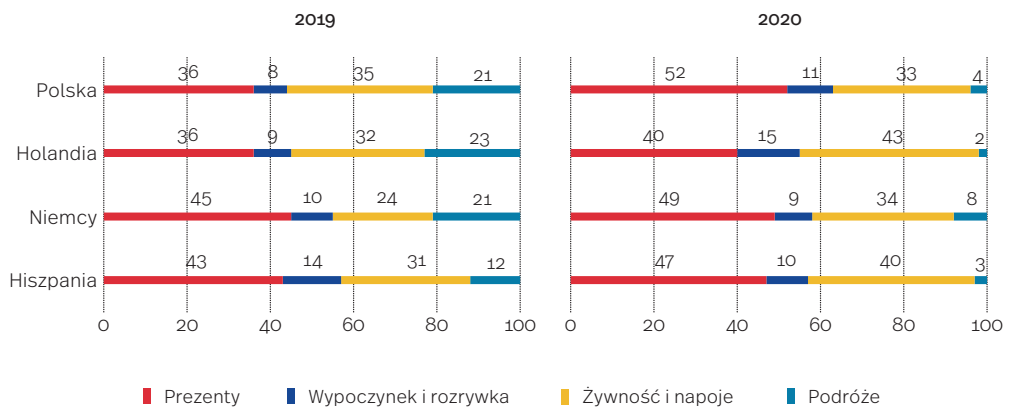
do 11,4 proc. w listopadzie br. Udział sprzedaży online prasy i książek osiągnął w listopadzie 38,1 proc., a tekstyliów, odzieży i obuwia – 35,4 proc. w sprzedaży ogółem danej kategorii. W przypadku mebli, RTV i AGD jest to 22,5 proc., farmaceutyków i kosmetyków – 7,4 proc., a żywności (która ciągle

chętniej kupowana jest w sklepach stacjonarnych) – 1,3 proc. [5].

→ Z badań Deloitte dotyczących świątecznych zakupów wynika, że **w 2020 r. Polacy planują zmniejszenie wydatków świątecznych o 29 proc. w porównaniu z 2019 r. (z 1851 PLN do 1318 PLN)** [6]. Zmieni się też struktura zakupów planowanych przez konsumentów. W Polsce, podobnie jak w innych krajach, **planowany jest wzrost udziału wydatków na prezenty, a spadek na podróże,**

co jest oczywiste z powodu ograniczeń wprowadzonych przez poszczególne kraje. Spośród krajów uczestniczących w badaniu, **Polska wyróżnia się najwyższym przewidywanym udziałem wydatków na prezenty (52 proc. wskazań) i spadkiem udziału wydatków na żywność i napoje (z 35 proc. w 2019 r. do 33 proc. w 2020 r.),** podczas gdy w innych badanych krajach przewidyuje się wzrost wydatków na tę kategorię (wykres 3).

↘ Wykres 3. Struktura planowanych wydatków świątecznych w latach 2019-2020 w wybranych krajach (w proc.)



Źródło: opracowanie PIE na podstawie: *Raport: Zakupy świąteczne 2020. Wyniki i wnioski (2020)*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2020.html>; *Zakupy świąteczne 2019. Prezentacja wyników badania świątecznych zwyczajów konsumenckich w Polsce i w Europie (2019)*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2019.html> [dostęp: 22.12.2020].

[3] *Święta w handlu (2018)*, https://hurtideta.pl/article/art_id,23729-60/swieta-w-handlu/ [dostęp: 22.12.2020].

[4] *Raport: Zakupy świąteczne 2020. Wyniki i wnioski (2020)*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2020.html> [dostęp: 22.12.2020].

[5] *Dynamika sprzedaży detalicznej w listopadzie 2020 r. (2020)*, GUS, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel/dynamika-sprzedazy-detalicznej-w-listopadzie-2020-roku,14,71.html> [dostęp: 21.12.2020].

[6] *Raport: Zakupy świąteczne 2020. Wyniki i wnioski (2020)*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2020.html>; *Zakupy świąteczne 2019. Prezentacja wyników badania świątecznych zwyczajów konsumenckich w Polsce i w Europie (2019)*, Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2019.html> [dostęp: 22.12.2020].

Bombki „made in Poland” zdobią choinki na wszystkich kontynentach

→ Boże Narodzenie jest wyjątkowym okresem, w którym kultywujemy tradycje i doceniamy magię świąt. Raczej nie wyobrażamy

sobie tego czasu bez świątecznych dekoracji zdobiących ulice, witryny sklepowe i nasze mieszkania. Polska jest uznanym na

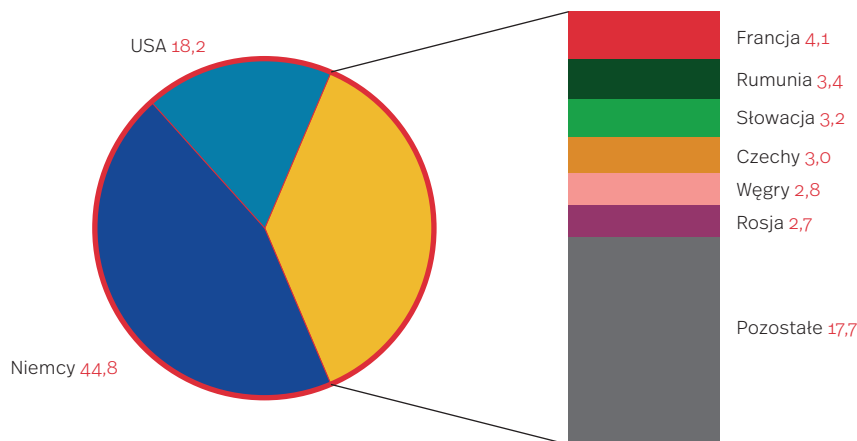
świecie producentem artykułów bożonarodzeniowych [7], a większość z nich to bombki choinkowe.

- Od lat Polska należy także do ścisłej czołówki światowych eksporterów tych wyrobów. W 2019 r. wartość polskiego eksportu artykułów bożonarodzeniowych wyniosła 80,4 mln EUR, tj. dwuipółkrotnie więcej niż w 2015 r. Pozwoliło to Polsce uplasować się na 3. miejscu światowej czołówki. Więcej eksportowały tylko Chiny (światowy lider sprzedaży z udziałem w rynku powyżej 80 proc.) oraz Niemcy [8].
- W 2019 r. polskie bombki trafiły do 71 krajów położonych na wszystkich kontynentach, w tym także do Tanzanii, Ekwadoru czy Tadżykistanu [9]. Jednak ich głównym odbiorcą były Niemcy i Stany Zjednoczone. Trafiło tam odpowiednio 44,8 proc. i 18,2 proc. całego polskiego eksportu tych wyrobów. Ważnymi odbiorcami artykułów bożonarodzeniowych były także: Francja, Rumunia, Słowacja, Czechy, Węgry i Rosja (wykres 4).
- Niestety, obecny rok z powodu pandemii COVID-19 będzie gorszy dla polskich

eksporterów ozdób bożonarodzeniowych. W okresie styczeń–październik 2020 r. wartość sprzedaży tych wyrobów za granicę zmniejszyła się o ponad 18 proc. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Najbardziej ucierpiał eksport do Wielkiej Brytanii, Czech, Rosji, na Węgry i do USA.

- Oprócz pandemii COVID-19 jedną z przyczyn spadku sprzedaży bombek choinkowych mogła być specjalizacja Polski w eksporcie produktów premium (np. ręcznie malowane bombki z dmuchanego szkła). Wyroby te wyróżniają się unikalnym wzornictwem i wysoką jakością wykonania. Kryzys gospodarczy mógł przyczynić się do zmniejszenia popytu na produkty premium i wzrostu zapotrzebowania na produkty z niższej półki. Może o tym świadczyć ponad 17 proc. wzrost chińskiego eksportu ozdób bożonarodzeniowych w okresie styczeń–październik 2020 r. (r/r) [10]. Połowa tego wzrostu wynikała ze zwiększonych dostaw do USA. Wzrósł także eksport do Wielkiej Brytanii, Włoch, Rosji, Niemiec i Francji.

▸ Wykres 4. Główni odbiorcy polskich artykułów bożonarodzeniowych w 2019 r. (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS.

[7] W kategorii „artykuły bożonarodzeniowe” (CN 950510) klasyfikowanych jest wiele świątecznych ozdób i dekoracji z wyłączeniem świec i zestawów oświetlenia elektrycznego, naturalnych choinek i stojaków na choinki.

[8] <https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/> [dostęp: 21.12.2020].

[9] <http://swaid.stat.gov.pl/SitePages/StronaGlownaDBW.aspx> [dostęp: 21.12.2020].

[10] Dane Generalnej Administracji Celnej Chin, <http://english.customs.gov.cn/> [dostęp: 21.12.2020].

Na Święta dzieci marzą o plastiku, a plastik „ląduje” na śmietniku

- W okresie świątecznym znacząco rosną wydatki rodziców na zabawki. O ile w ciągu roku średnie miesięczne wydatki kształtują się na poziomie od 50 PLN do 300 PLN, to w okresie świątecznym na zabawki rodzice wydają przeciętnie kwotę 500 PLN [11]. Okres przedświąteczny odpowiada za ok. 30 proc. rocznej wartości obrotów polskiej branży zabawkowej [12].
 - Choć rola zabawek w rozwijaniu funkcji poznawczych dzieci jest bezdyskusyjna, to produkty te mają negatywny wpływ na środowisko. Szacuje się, że 90 proc. zabawek jest w całości lub w części zrobiona z plastiku, przy czym w większości przypadków jest to plastik, który nie podlega recyklingowi [13]. W przypadku wielu zabawek nie istnieją substytuty wykonane z naturalnych tworzyw. Z kolei tam, gdzie naturalne substytuty są dostępne, mamy do czynienia z wielokrotnie wyższą ceną, która zniechęca konsumentów.
 - Tymczasem zabawki cechują się wyjątkowo krótkim cyklem życia i wiele z nich w krótkim czasie zostaje wyrzucona do śmieci. W badaniu przeprowadzonym przez British Heart Foundation [14] 47 proc. rodziców stwierdziło, że ich dzieci już po tygodniu tracą zainteresowanie zakupionymi zabawkami. Z kolei 28 proc. z nich przyznało, że wyrzuca zabawki, które są w dobrym stanie i działają. Można przypuszczać, że podobnie jest w Polsce. Mimo kurczącej się grupy docelowej (dzieci do lat 12), sprzedaż zabawek w Polsce rośnie z roku na rok. Równocześnie 58 proc. rodziców zbadanych przez platformę MAM przyznało, że kupuje dzieciom zabawki raz w miesiącu lub częściej [15]. Na krótki cykl życia zabawek w znacznym stopniu wpływa moda.
 - Polski rynek zabawek w 2019 r. wart był ok. 3 mld PLN [16]. Biorąc pod uwagę, że średnia cena zabawki wahała się od 30 do 40 PLN [17], można przypuszczać, że w ciągu roku sprzedaje się w Polsce od 75 mln do 100 mln zabawek. Większość z tej puli – niemal 78 proc. – jest importowanych z Chin [18].
- [11] <https://alebank.pl/polscy-rodzice-wydaja-srednio-500-zl-na-zabawki-dla-dzieci-na-mikolajki-i-boze-narodzenie/> [dostęp: 22.12.2020].
- [12] <https://www.rp.pl/Handel/312079858-Sprzedaz-zabawek-bije-w-Polsce-rekordy-przed-swietami.html> [dostęp: 22.12.2020].
- [13] <https://www.cbc.ca/radio/day6/episode-371-iran-nuclear-deal-plastic-toy-waste-kaepernick-bitcoin-bunkers-spotify-vs-composers-and-more-1.4470486/wasted-greening-the-plastics-heavy-toy-industry-1.4470526> [dostęp: 22.12.2020].
- [14] <https://www.charityretail.org.uk/british-heart-foundation-calls-on-parents-to-donate-unwanted-toys-this-christmas/> [dostęp: 22.12.2020].
- [15] <https://mamotoja.pl/koszt-narozin-dziecka-to-8-5-tys-zl-koszt-niemowlaka-1-tys-zl-50-zl,aktualnosci-artykul,26326,r1p1.html> [dostęp: 22.12.2020].
- [16] <https://rmdr.pl/pl/o-rynku-zabawek-w-branzy-dzieciecej/> [dostęp: 22.12.2020].
- [17] <https://rmdr.pl/pl/o-rynku-zabawek-w-branzy-dzieciecej/>; <https://www.rynekzabawek.pl/biznes-i-technologie/interesujace-fakty-z-raportu-npd/> [dostęp: 22.12.2020].
- [18] https://www.ekonsument.pl/materialy/publ_101_raport_sytuacja_przemyslu_zabawkarskiego.pdf [dostęp: 22.12.2020].

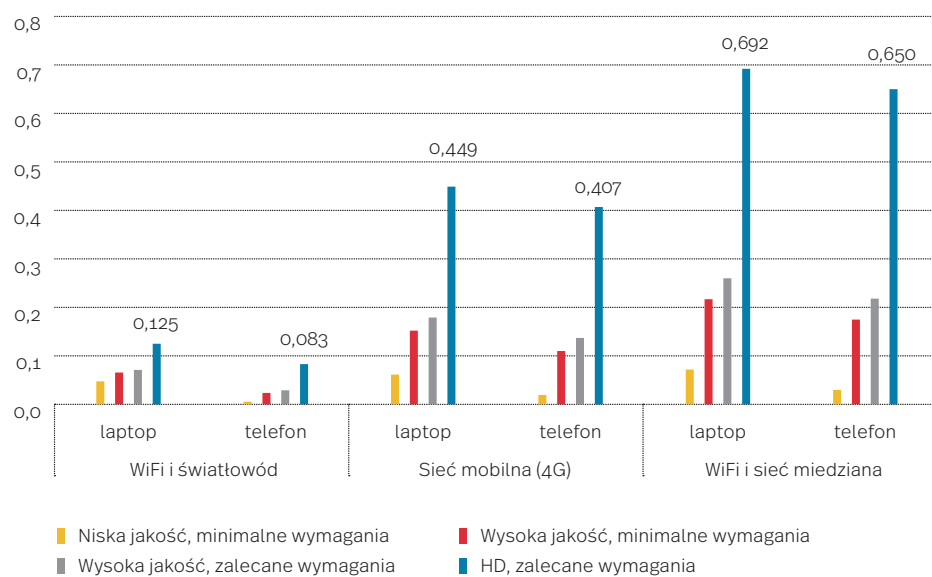
Świąteczne spotkania online pozwolą nam oszczędzić CO₂

- Święta Bożego Narodzenia w bieżącym roku spędzimy inaczej niż zwykle. W miejsce podróży do rodziny, spotkań na wigilijną kolację lub kolędowanie zasiądziemy do domowych komputerów i włączymy komunikatory. Taka zmiana może mieć wymierny wpływ na środowisko – mniej podróży to mniej emisji z samochodów czy innych środków lokomocji, a z drugiej strony więcej przesłanych gigabajtów to dodatkowe obciążenie sieci telekomunikacyjnych i energetycznych. Bilans wydaje się jednak pozytywny.
- Przesył danych w ciągu godziny potężniejszego wideo dwóch komputerów może wynosić

poniżej 200 MB lub przewyższać 1,3 GB, w zależności od przepływności łącza (a więc jakości połączenia) [19]. Korzystanie z rozmowy przez komunikator wymaga jednak włączonego komputera, a to z kolei generuje, oprócz większego zużycia energii elektrycznej, obciążenie sieci telekomunikacyjnych, a także serwerowni i centrów danych. Na każdym z tych etapów możemy też korzystać z różnych

urządzeń i rozwiązań technicznych. Przykładowo, transmisja na dużym ekranie komputera stacjonarnego jest bardziej energochłonna niż na laptopie, a ta z kolei bardziej niż na telefonie. Transmisja danych może przebiegać łączem światłowodowym, generującym około pięciokrotnie mniejsze zużycie energii niż sieć komórkowa i ośmiokrotnie mniejsze niż sieć oparta na infrastrukturze miedzianej [20].

➤ **Wykres 5.** Szacunkowe zużycie energii elektrycznej dla dwugodzinnego połączenia wideo w zależności od rodzaju urządzenia, technologii łącza i jakości obrazu (w kWh)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych IEA, Orange i Skype.

- ➔ Biorąc pod uwagę miks energetyczny występujący w Polsce 1 kWh energii elektrycznej generuje 0,795 kg emisji CO₂ [21], zatem godzina rozmowy wideo w Wigilię i godzina w pierwszy dzień Świąt, przy użyciu laptopa wykorzystującego sieć światłowodową, odpowiada za ok. 0,1 kg emisji CO₂ do atmosfery. W przypadku najmniej efektywnej energetycznie sieci miedzianej i bardzo wysokiej jakości transmisji, wartość ta urośnie do ok. 0,55 kg emisji.
- ➔ Z drugiej strony, przeniesienie rozmów rodzinnych do internetu zmniejszy liczbę podróży Polaków w okolicach Świąt. Doroczne badania ankietowe prowadzone przez Deloitte wskazują, że przeciętne wydatki na podróże w okresie świątecznym zmniejszą się o 147 PLN w porównaniu do 2019 r. [22]. Może to odpowiadać np. 466 km podróży samochodem lub przejazdowi pociągiem z Krakowa

do Rzeszowa (Intercity, w dwie strony) lub przejazdu na odległość 500-600 km w drugiej klasie pociągu TLK (wraz z powrotem) [23]. W przypadku transportu autobusowego moglibyśmy zakupić bilet z Warszawy do Wrocławia lub Katowic, odpowiadający trasie ok. 640 km (w obie strony).

- ➔ Pasażer rezygnujący z podróży świątecznej koleją oszczędzi zatem przeciętnie 15 kg CO₂ [24]. Znacznie bardziej emisję zredukują jednak osoby rezygnujące z podróży autem lub autobusem. Nawet biorąc pod uwagę krótszy dystans, który mogą pokonać za tę samą kwotę, oszczędzą one aż 48 kg CO₂ w przypadku auta lub 44 kg CO₂ w przypadku autobusu. Emisje CO₂ generowane w świątecznej podróży do rodziny są więc o rząd wielkości większe niż przy najbardziej nawet energochłonnych transmisjach wideo. Przy małych

odległościach wynik może być inny – dla posiadaczy łącza w technologii miedzianej podróż koleją można rozważyć na odległość do 36 km, autobusem do 8 km, a samochodem na nie więcej niż 5 km. W gorszej sytuacji są

posiadacze łącza światłowodowego, którzy już po przejechaniu jednego kilometra swoim autem generują więcej emisji CO₂ niż podczas dwugodzinnej rozmowy nawet w najwyższej jakości.

→ **Tabela 1.** Liczba kilometrów, przy której emisje CO₂ w komunikacji równoważą się z emisją z dwugodzinnej rozmowy przez komunikator wideo (na laptopie)

Wyszczególnienie	Najwyższa jakość			Średnia jakość		
	łącze miedziane	sieć komórkowa	światłowód	łącze miedziane	sieć komórkowa	światłowód
Samochód	5,3	3,4	1,0	2,0	1,4	0,5
Autobus	8,1	5,2	1,5	3,0	2,1	0,8
Pociąg	39,3	25,5	7,1	14,8	10,2	4,0

Źródło: opracowanie własne PIE.

[19] Szacunki własne na bazie danych o wymaganiach dla Skype dostępnych na: <https://support.skype.com/en/faq/FA1417/how-much-bandwidth-does-skype-need> [dostęp: 22.12.2020]. Wartości te zależą w bardzo dużym stopniu od jakości połączenia, wykorzystywanego narzędzia i jakości rozmowy.

[20] 2019 Raport zintegrowany Orange Polska (2020), <https://raportzintegrowany.orange.pl/raport2019/pl> [dostęp: 22.12.2020].

[21] Dane na temat emisyjności produkcji energii w Polsce na bazie wskaźnika emisji dla odbiorców w końcowych energii elektrycznej corocznie opracowywany jest przez KOBIZE, https://www.kobize.pl/uploads/materialy/materialy_do_pobrania/wskazniki_emisyjnosci/

Wskazniki_emisyjnosci_grudzien_2019.pdf [dostęp: 22.12.2020].

[22] Raport: Zakupy świąteczne 2020. Wyniki i wnioski (2020), Deloitte, <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/consumer-business/articles/zakupy-swiateczne-2020.html> [dostęp: 22.12.2020].

[23] Cennik usług przewozowych Spółki „PKP Intercity” (2020), PKP Intercity, https://www.intercity.pl/pl/dokumenty/Cennik/Cennik_uslug_zm_1-13.pdf [dostęp: 22.12.2020].

[24] Na podstawie danych Europejskiej Agencji Środowiska o emisjach dwutlenku węgla z transportu pasażerskiego, <https://www.eea.europa.eu/pl/pressroom/infografika/emisje-dwutlenku-wegla-z-transportu-pasazerskiego/view> [dostęp: 22.12.2020].

Dlaczego tegoroczne Święta mogą być inne niż zwykle?

→ **Pandemia pokazała wielu z nas, że łączenie obowiązków zawodowych z życiem rodzinnym może wiązać się z pozytywnymi, jak i negatywnymi efektami ubocznymi, które wynikają z równoległej aktywności w obu obszarach** (tzw. *work-family spillover*). Efekty te zachodzą w momencie przenoszenia nastroju oraz emocji związanych z pracą na życie rodzinne lub odwrotnie [25]. Brak wyraźnych granic między domenami powoduje przenikanie się życia rodzinnego i zawodowego, co może prowadzić do licznych komplikacji.

W literaturze szczególnie często pojawia się wątek negatywnych skutków ubocznych, które mogą wynikać z konfliktu spowodowanego stresem, brakiem czasu oraz energii potrzebnej, aby sprostać wszystkim zobowiązaniom [26]. W efekcie, prowadzi to do pogarszającej się odporności oraz kondycji psychicznej [27]. Eksperti wyróżniają również pozytywne efekty wpływu życia zawodowego na prywatne, jak i życia prywatnego na zawodowe. Część badań [28] wskazuje nawet, że występowanie pozytywnych efektów może

oznaczają potencjalne korzyści, niwelujące – przynajmniej częściowo – trudności łączenia ze sobą wielu obowiązków. Jedną z takich zalet może być możliwość odreagowania stresu przez wykonywanie bardziej preferowanych obowiązków. Pozytywne efekty zewnętrzne ma też nabywanie doświadczenia w jednej dziedzinie, które później może być użyte w drugiej. Siła danego efektu zależy przy tym głównie od czynników życiowych oraz warunków pracy, m.in.: wieku, swobody podejmowania decyzji, stanu cywilnego, czasu pracy oraz presji ze strony pracodawcy.

→ **Negatywne efekty łączenia życia zawodowego z prywatnym mogą być szczególnie odczuwalne podczas tegorocznego okresu świątecznego.** Frustracja i stres wynikające z konieczności pracy zdalnej, a także utrudnione kontakty z bliskimi oraz niepewność rozwoju sytuacji epidemicznej mogą prowadzić do kumulacji napięcia, które świadomie lub podświadomie będziemy przenosić na swoich bliskich przy wigilijnym stole. Specyficzny charakter więzi rodzinnych może jednak pomóc w rozładowaniu napięcia i ograniczonej eskalacji efektu. Badania w zakresie psychologii ewolucyjnej pokazują, że relacje rodzinne stanowią dodatkową motywację do działań altruistycznych [29]. Dzięki nim jesteśmy podświadomie bardziej skłonni łagodzić konflikty i „poświęcać” się dla najbliższych. Duży wpływ na postrzeganie relacji rodzinnych ma tzw. dobór krewniaczy (ang. *kin selection*), czyli szczególna przychylność osobom krewnym, która służy podświadomej ochronie naszej linii genetycznej [30]. Oznacza to, że za sprawą adaptacyjnych procesów ewolucyjnych bardziej angażujemy się w opiekę członków rodziny, kosztem m.in. najbliższych przyjaciół, nawet jeśli na innych płaszczyznach lepiej dogadujemy się z osobami formalnie z nami niespokrewnionymi. Pokazuje to ciekawe badanie [31] sprawdzające skłonność do podjęcia wysiłku podróży

w celu spotkania się z bliskimi. W przypadku spotkania z dalszymi krewnymi to bliskość emocjonalna okazała się głównym czynnikiem decydującym o decyzji przebycia dłuższej podróży. Natomiast w odniesieniu do bliskich krewnych dużo większe znaczenie dla podjęcia trudu podróży miała bliskość genetyczna, nawet kosztem czynników emocjonalnych, czy indywidualnych preferencji. Badanie dobrze obrazuje również większą skłonność do poświęceń – uczestnicy byli gotowi jechać dłużej na spotkanie z bliskimi niż z dalekimi krewnymi. Paradoksalnie zatem, mimo licznych utrudnień i narastającej presji, więzi rodzinne mogą stanowić oazę spokoju podczas tegorocznych, innych niż wszystkie świąt.

[25] Mennino, S.F., Rubin, B.A., Brayfield A. (2005), *Home-to-job and job-to-home spillover: The impact of company policies and workplace culture*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.475.4037&rep=rep1&type=pdf> [dostęp: 21.12.2020].

[26] Zedeck, S., Mosier, K. L. (1990), *Work in the family and employing organization*, <https://psycnet.apa.org/record/1990-15987-001> [dostęp: 21.12.2020].

[27] Grzywacz, J.G., Marks, N.F. (2000), *Reconceptualizing the work-family interface: An ecological perspective on the correlates of positive and negative spillover between work and family*, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10658890/> [dostęp: 21.12.2020].

[28] Greenhaus, J.H., Powell, G.N. (2006), *When work and family are allies: A theory of work-family enrichment*, <https://www.jstor.org/stable/20159186?seq=1> [dostęp: 21.12.2020].

[29] Kruger, D.J. (2001), *Psychological aspects of adaptations for kin directed altruistic helping behaviors*, <http://www-personal.umich.edu/~kruger/Kruger-Kin%20directed%20altruism.pdf> [dostęp: 21.12.2020].

[30] Tamże.

[31] Pollet, T.V., Roberts S.G.B, Dunbar, R.I.M (2013), *Going That Extra Mile: Individuals Travel Further to Maintain Face-to-Face Contact with Highly Related Kin than with Less Related Kin*, <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0053929> [dostęp: 21.12.2020].

Opracowanie merytoryczne: Łukasz Ambroziak, Katarzyna Dębkowska, Joanna Gniadek, Michał Gniazdowski, Andrzej Jarząbek, Urszula Kłosiewicz-Górecka, Paula Kukołowicz, Jakub Rybacki, Aleksander Szpor, Ignacy Święcicki, Piotr Ważniewski

Polski Instytut Ekonomiczny

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny *think tank* gospodarczy, którego historia sięga 1928 roku. Obszary badawcze Polskiego Instytutu Ekonomicznego to przede wszystkim handel zagraniczny, makroekonomia, energetyka i gospodarka cyfrowa oraz analizy strategiczne dotyczące kluczowych obszarów życia społecznego i publicznego Polski. Instytut zajmuje się dostarczaniem analiz i ekspertyz do realizacji Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju, a także popularyzacją polskich badań naukowych z zakresu nauk ekonomicznych i społecznych w kraju oraz za granicą.

Wydarzenia i dane przedstawione w niniejszej publikacji pochodzą i bazują na źródłach zewnętrznych, stąd nie gwarantujemy ich poprawności. Mogą one być ponadto niekompletne albo skrócone. Wszystkie opinie i prognozy wyrażone w niniejszej publikacji są wyrazem oceny ekspertów PIE w dniu ich publikacji i mogą ulec zmianie bez zapowiedzi. Niniejszy dokument jest jedynie materiałem informacyjnym do użytku odbiorcy.

