

Arbeidsnotat nr. 14, 1998

Julegavehandel 1998

- en landsomfattende undersøkelse
av gaveinnhold og kostnader

Av Anita Borch

Forord

I samarbeid med *Verdens Gang* har SIFO undersøkt julegavehandelen 1998 blant et representativt utvalg nordmenn. I alt 1001 personer over 15 år har uttalt seg om hva de tenker å gi i julegave til partner, egne barn og foreldre, samt hvor mye penger husstanden regner med å bruke på julegaver i år, totalt og til egne barn. Intervjuene ble foretatt over telefon av Markeds- og Mediainstituttet i siste halvdel av november i år.

Innhold

	Sammendrag.....	4
1	Julegavehandel 1998.....	5
2	Tenker man å gi?.....	6
3	Hva tenker man å gi til hvem?.....	7
4	Hvem tenker å gi hva til hvem?.....	9
5	Hvor dyrt tenker man å gi?.....	11
	Litteratur.....	15
	Vedlegg 1: spørreskjemaet.....	16
	Vedlegg 2: kategorisering av julegaver.....	19

Sammendrag

Siste halvdel av november har SIFO gjennomført en landsomfattende undersøkelse av julegavehandelen 1998. I alt 1001 nordmenn over 15 år har uttalt seg om hva de tenker å gi til partner, egne barn og foreldre, samt hvor mye penger husstanden regner med å bruke på julegaver i år, totalt og til egne barn. Undersøkelsen er delvis finansiert av Verdens Gang. Intervjuene er foretatt over telefon av Markeds- og Mediatitutttet. Analysen tar utgangspunkt i to tidligere SIFO-undersøkelser. Den ene er en større, landsomfattende undersøkelse av julegaveinnkjøp, giving og mottak i 1992 (Borch 1994). Den andre er en undersøkelse av barns brev til julenissen (Brusdal 1997).

Tenker man å gi?

Så godt som alle nordmenn deltar i gaveritualet. 99 prosent har tenkt å gi julegave til egne barn, 95 prosent har tenkt å gi til foreldre og 92 prosent har tenkt å gi til partner.

50 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til egne barn, 60 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til foreldre og 68 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til partner. Flere menn enn kvinner har ikke bestemt hva de skal gi til foreldre og partner.

Hva tenker man å gi til hvem?

Nordmenn tenker å gi ulike gaver til partner, egne barn og foreldre. *Til partner* tenker de fleste (50 %) å gi gave til personlig bruk, oftest klær, men også smykker. 26 prosent tenker å gi gave til fritiden, oftest bøker og sportsutstyr. 17 prosent tenker å gi gave til hjemmet. *Til egne barn* tenker de fleste (65 %) å gi gaver til fritiden, oftest leker, men også sportsutstyr. 40 prosent tenker å gi gaver til personlig bruk, oftest klær. 14 prosent tenker å gi informasjon- og kommunikasjonsteknologi, oftest TV- og PC-spill. *Til foreldre* tenker de fleste (38 %) å gi gaver til hjemmet, fortrinnsvis husholdningsutstyr og pyntegjenstander. Noen færre (31 %) tenker å gi gaver til fritiden, fortrinnsvis bøker. Nesten like mange (29 %) tenker å gi gaver til personlig bruk, oftest klær.

Hvem tenker å gi hva til hvem?

Hva man tenker å gi til partner, egne barn og foreldre avhenger av kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. *Til partneren* tenker flere kvinner enn menn å gi klær og gaver til fritiden. Flere menn enn kvinner tenker å gi smykker. Flere yngre enn eldre gavegivere tenker å gi sportsutstyr. Og flere lavt/middels enn høyt utdannede tenker å gi klær. *Til egne barn* tenker flere kvinner enn menn og flere yngre enn eldre å gi gaver til personlig bruk til egne barn, særlig klær. Og flere givere med høy enn med lav husholdningsinntekt tenker å gi sportsutstyr. *Til foreldre* tenker flere lavt/middels enn høyt utdannede tenker å gi gaver til personlig bruk, oftest klær.

Hvor dyrt tenker man å gi?

En nøktern analyse viser at foreldre regner med å bruke gjennomsnittlig 984 kroner på julegaver pr. eget barn under 15 år. Korrigert for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette en økning på 530 kroner, dvs. en økning på 117 prosent fra 1992. Ellers viser analysen at antatte gavekostnader pr. eget barn under 15 år varierer fra 100 til 10000 kr. De fleste regner med å bruke 500 kroner. Halvparten regner med å bruke mer enn 800, halvparten mindre. Givere med husholdningsinntekt over 400.000 regner med å bruke mer i julegave pr. eget barn under 15 år enn givere med lavere husholdningsinntekt.

En nøktern analyse viser at norske husholdninger regner med å bruke gjennomsnittlig 4348 kroner på julegaver. Korrigert for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette en økning på 668 kroner, dvs. en økning på 18 prosent fra 1992. Ellers viser analysen at antatte gavekostnader varierer fra 0 til 35000 kroner. De fleste tror de kommer til å bruke 3000 kroner. Halvparten regner med å bruke mer enn 3500, halvparten mindre. Husholdninger med inntekt over 400.000 regner med å bruke mer penger på julegaver enn husholdninger med lavere inntekt. Givere over 60 år regner med å bruke mer enn yngre og kvinner regner med å bruke mindre enn menn.

De aller fleste (70 %) tror de kommer til å bruke omtrent like mye på julegaver i år som i fjor. Dette kan tyde på at gaveritualet er relativt stabilt og forutsigelig fra år til år. 17 prosent tror de kommer til å bruke mer enn i fjor, 13 prosent tror de kommer til å bruke mindre. Givere over tretti år tror de kommer til å bruke like mye penger i år som i fjor mens yngre givere tror de kommer til å bruke mer. Dette kan tyde på at man i trettiårsalderen opparbeider seg et relativt stabilt og forutsigelig gavenettverk. Givere med husholdningsinntekt under 400.000 tror de kommer til å bruke mindre på julegaver i år enn i fjor, men denne tendensen svekkes når en kontrollerer for sivil status. Flere kvinner enn menn tror de kommer til å bruke mindre på julegaver i år enn i fjor.

1 Julegavehandel 1998

Siste halvdel av november har SIFO gjennomført en landsomfattende undersøkelse av julegavehandelen 1998. I alt 1001 nordmenn over 15 år har uttalt seg om hva de tenker å gi til partner, egne barn og foreldre, samt hva husstanden regner med å bruke på julegaver i år, totalt og til egne barn. Undersøkelsen er delvis finansiert av Verdens Gang. Intervjuene er foretatt over telefon av Markeds- og Mediainstituttet. Analysen tar utgangspunkt i to tidligere SIFO-undersøkelser. Den ene er en større, landsomfattende undersøkelse av julegaveinnkjøp, gifting og mottak i 1992 (Borch 1994). Den andre er en undersøkelse av barns brev til julenissen (Brusdal 1997).

Tabell 1 viser hvordan utvalget fordeler seg på bakgrunnsvariablene i analysen, henholdsvis kjønn, alder, utdannelse, husholdningsinntekt, sivil status, har barn under 15 år, har foreldre, antall hjemmевærende barn under 15 år og antall personer i husholdningen.

Tabell 1: Bakgrunnsvariable. Prosentvis andel og absolutte tall.

<i>Kjønn:</i>	
Mann	50 (496)
Kvinne	50 (505)
<i>Alder:</i>	
15-29 år	22 (201)
30-59 år	54 (544)
60 +	24 (236)
<i>Utdanning:</i>	
Lav/middels (grunnskole, v.g. skole)	66 (661)
Høy (høyskole/universitet)	34 (340)
<i>Husholdningsinntekt:</i>	
>400.000 kr	53 (451)
400.000 < kr	47 (395)
<i>Sivil status:</i>	
Partner (gift, samboer, kjæreste)	70 (705)
Annet	30 (296)
<i>Har barn under 15 år:</i>	
Ja	43 (304)
Nei	57 (409)
<i>Har foreldre:</i>	
Ja	74 (743)
Nei	26 (258)
<i>Antall hjemmевærende barn og unge u/15 år</i>	
1	49 (164)
2	49 (130)
3	12 (40)
4	2 (4)
<i>Antall personer i husholdningen:</i>	
1	22 (219)
2	33 (328)
3	18 (176)
4	16 (163)
5	9 (86)
6+	1 (11)

Utvalget består av 50 prosent menn og 50 prosent kvinner. 22 prosent er 15-29 år, 54 prosent er 30-59 år og 24 prosent er eldre. 66 prosent har lav/middels utdanning, dvs. folkeskole, grunnskole eller videregående skole. Øvrige har høy utdanning, dvs. universitet eller høyskole. 53 prosent har lav husholdningsinntekt, dvs. mindre enn 400.000 kroner. Øvrige har høy husholdningsinntekt, dvs. 400.000 eller mer. 70 prosent har partner, dvs. ektefelle, samboer eller kjæreste. Øvrige har ikke partner. 43 prosent har egne eller felles barn under 15 år med partner. 49 prosent har ett barn under 15 år som bor hjemme, 49 prosent har to, 12 prosent har tre og 2 prosent har fire barn under 15 år som bor hjemme. 22 prosent av husholdningene består av én person, 33 prosent består av to, 18 prosent består av tre og 16 prosent består av fire personer.

2 Tenker man å gi?

Julen er en tid for familie og barn. Undersøkelsen fra 1992 viset at 96 prosent planla å gi minst én gave til partner, egne barn og/eller foreldre (primære gaverelasjoner). 86 prosent planla å gi minst én gave til andre voksne slektninger og/eller andre barn (sekundær gaverelasjon). Og bare 50 prosent planla å gi minst én gave til venner og kollegaer (tertiær gaverelasjon) (Borch 1994). I denne undersøkelsen fokuserer vi på julegaver til partner, egne barn og foreldre.

Undersøkelsen fra 1992 viste at 97 prosent planla å gi julegave til partner, 93 prosent planla å gi til egne barn og 85 prosent planla å gi til foreldre (Borch 1994).

1998-utvalget fikk spørsmålene: *Har du tenkt å gi julegave i år til [angitt mottakerkategori]?* (Se spørsmål ”to”, ”fem” og ”ni” i vedlegg nr. 1). Tabell 2 viser svarfordelingen.

Tabell 2: Prosentvis andel som har tenkt å gi julegave til partner, egne barn og foreldre.

	Partner	Egne barn	Foreldre
Ja	92	99	95
Nei	6	1	4
Vet ikke	2	1	2
(N)	705	304	743

Så godt som alle nordmenn deltar i gaveritualet. 99 prosent har tenkt å gi julegave til egne barn, 95 prosent har tenkt å gi til foreldre og 92 prosent har tenkt å gi til partner. Andelen som har tenkt å gi julegave til partner er noe redusert siden 1992. Antyder dette at flere partnere avtaler å ikke gi hverandre julegave?

Tabell 3 viser andelen som ikke hadde bestemt hva de skal gi.

Tabell 3: Prosentvis andel som ikke har bestemt hva de skal gi til partner, egne barn og foreldre.

	Partner	Egne barn	Foreldre
Har ikke bestemt	68	50	60
Kan ikke si høyt	3	1	-
(N)	647	299	702

50 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til egne barn, 60 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til foreldre prosent og 68 prosent har ikke bestemt hva de skal gi til partner. 3 prosent kunne ikke si høyt hva de tenkte å gi fordi partneren satt i lytteavstand.

Tabell 4 viser andelen som ikke har bestemt hva de skal gi til partner, egne barn og foreldre, fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 4: Prosentvis andel som ikke har bestemt hva de skal gi fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Bivariate krysstabeller.

	Partner	Egne barn	Foreldre
<i>Kjønn</i>			
Mann	72	54	70
Kvinne	64	47	51
Chi square	.02*	.23	.001***
<i>Alder</i>			
15-29 år	65	39	60
30-59 år	77	52	61
60+	75	60	52
Chi square	.24	.22	.59
<i>Utdanning</i>			
Lav/mid.	70	49	62
Høy	66	52	58
Chi square	.27	.61	.40
<i>Hus.innt.</i>			
>400.000	66	44	59
400.00<	68	50	61
Chi square	.75	.29	.58

Flere menn enn kvinner har ikke bestemt hva de skal gi til foreldre og partner.

3 Hva tenker man å gi til hvem?

Undersøkelsen fra 1992 viste at nordmenn pleide å gi ulike typer gaver til partner, foreldre og egne barn. Til partner ga man oftest klær, dernest smykker, bøker/plater og ting til personlig pleie. Til foreldre ga man oftest pyntegenstander til hjemmet, dernest husholdningsutstyr, bøker/plater og klær. Til egne barn som bodde hjemme, fortrinnsvis små barn, ga man oftest klær og leker, dernest sports- og fritidsutstyr og bøker/plater. Til barn som ikke bodde hjemme, fortrinnsvis voksne barn, ga man også husholdningsutstyr (Borch 1994). Her er det verd å merke seg at 1992-undersøkelsen ikke hadde informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) som egen svarkategori. Studien av barns brev til julenissen viste at barn ønsker seg IKT med økende alder. Videre viste den at foreldre ivrer for at barna skal ønske seg klær og underholdningssaker som kassetter, bøker, videoer, spill og hobbysaker. Jentenes ønsker innebærer omsorg for hus og barn, Barbie, andre dukker og klær. Guttenes ønsker henviser til sport, krig eller "å leke ingeniør", actionfigurer og byggesett (Brusdal 1997).

1998-utvalget fikk de åpne spørsmålene: *Hva har du tenkt å gi [angitt mottakerkategori] i år?* (se spørsmål "3", "gave" og "10" i vedlegg 1). De åpne svarene ble senere plassert i ulike gavekategorier, gjengitt i vedlegg 2. Tabell 5 viser fordelingen.

Tabell 5: Prosentvis andel som tenker å gi minst én av [angitt gavekategori] til partner, egne barn og foreldre.

Mottakere	Partner	Egne barn	Foreldre
<i>Personlig bruk:</i>	50	40	29
Klær, sko, tøfler etc.	37	38	19
Smykker	9	1	3
Klokker	2	2	1
Ting til personlig pleie	1	-	7
Annet	3	-	2
<i>Hjemmet:</i>	17	12	38
Pyntegjenstander (bilder, lysestaker etc.)	1	1	13
Juledekorasjoner	-	-	-
Husholdningsutstyr (sengetøy, gryter etc.)	4	1	17
Møbler (tepper, bord etc.)	2	3	3
Småelektrisk utstyr (lamper, kaffetrakter etc.)	6	-	5
Bruneartikler (radio, tv, cd-spiller etc.)	3	7	-
Annet	2	1	3
<i>Fritiden:</i>	26	65	31
Sportsutstyr	8	16	1
Hobbyartikler	1	-	-
Videokamera, fotoapparat etc.	2	1	-
Verktøy	4	1	2
Reiseartikler (kofferter, kart etc.)	1	1	1
Bøker	9	3	22
Musikk	3	2	3
Videokassetter	-	1	1
Leker	-	46	-
Annet	-	2	1
<i>Informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT):</i>	2	14	1
Mobiltelefon, personsøker etc.	1	1	1
PC	-	1	-
Internett/modem	-	-	-
Software (programvare, disketter etc.)	1	3	-
CD-rom	-	1	-
PC- eller TV-spill	-	8	-
Annet	1	1	-
<i>Tjenester:</i>	4	-	1
Kurs, seminarer, foredrag etc.	-	-	-
Personlig pleie (fysioterapi, frisør, manikyr etc.)	-	-	-
Restaurantbesøk	-	-	-
Reiser (billetter med tog, buss, fly etc.)	4	-	1
Annet	-	-	-
<i>Kunst og kultur:</i>	2	-	4
Kunstgjenstander (malerier, skulpturer etc.)	2	-	2
Kulturarrangement (kino, teater etc.)	-	-	-
Annet	-	-	1
<i>Mat og nytelsesmiddel:</i>	-	-	8
Mat	-	-	3
Søtsaker, sjokolade, snacks	-	-	-
Alkohol	-	-	4
Tobakk	-	-	-
Annet	-	-	-
<i>Diverse:</i>	-	-	-
Selvlagde gaver	-	1	3
Gavekort, penger	-	6	3
Blomster	-	-	3
Levende dyr	1	-	-
Annet	-	-	3

Nordmenn tenker å gi ulike gaver til partner, egne barn og foreldre.

Til partner tenker de fleste (50 %) å gi gave til personlig bruk, oftest klær, men også smykker. 26 prosent tenker å gi gave til fritiden, oftest bøker og sportsutstyr. 17 prosent tenker å gi gave til hjemmet. Dette er langt på vei i samsvar med 1992-undersøkelsen.

Til egen barn tenker de fleste (65 %) å gi minst gaver til fritiden, oftest leker, men også sportsutstyr. 40 prosent tenker å gi gaver til personlig bruk, oftest klær. 14 prosent tenker å gi IKT, oftest TV- og PC-spill. Det er rimelig å anta at dette tallet har økt noe siden 1992. Ellers synes gavene å være omtrent som før. Får barna som de

ønsker, vil jentenes leker innebære omsorg for hus og barn, Barbie, andre dukker og klær. Guttenes leker vil henviser til sport, krig eller ”å leke ingeniør”, actionfigurer og byggesett (jf. Brusdal 1997).

Julegavene til foreldre synes ikke å ha endret seg siden 1992. De fleste (38 %) tenker å gi gaver til hjemmet, fortrinnsvis husholdningsutstyr og pyntegjenstander. Noen færre (31 %) tenker å gi gaver til fritiden, fortrinnsvis bøker. Nesten like mange (29 %) tenker å gi gaver til personlig bruk, oftest klær.

4 Hvem tenker å gi hva til hvem?

Undersøkelsen fra 1992 viste at gaver til partner avhenger av kjønn, alder og utdanning. Flere kvinner enn menn pleide å gi klær, sports- og fritidsutstyr, hobbyartikler og bøker/plater. Flere menn enn kvinner pleide å gi smykker, husholdningsutstyr og pynt til hjemmet. Andelen som pleide å gi sports- og fritidsutstyr sank med alder. Flere høyt enn lavt/middels utdannede pleide å gi bøker/plater (Borch 1994).

Tabell 6 viser andelen som hadde tenkt å gi [angitt gavekategori] til partner, fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 6: Prosentvis andel som har tenkt å gi [angitt gavekategori] til partner fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Bivariate krysstabeller.

	Personlig bruk	Klær	Smykker	Hjemmet	Fritiden	Sportsutstyr	Bøker
<i>Kjønn</i>							
Mann	52	29	18	22	17	7	6
Kvinne	49	44	2	13	33	8	11
Chi square	.65	.04*	.00***	.10	.01**	.78	.23
<i>Alder</i>							
15-29 år	45	38	7	18	33	17	2
30-59 år	55	36	12	14	25	7	10
60+	40	41		13	22		15
Chi square	.31	.90	.14	.15	.49	.03*	.17
<i>Utdanning</i>							
Lav/middels	56	44	10	16	24	5	8
Høy	42	27	8	19	30	12	11
Chi square	.06	.02*	.75	.54	.26	.08	.47
<i>Hus.innt.</i>							
>400.000	51	40	7	22	26	4	12
400.00<	50	33	12	13	28	12	7
Chi Square	.86	.41	.27	.09	.79	.07	.31

(N=190)

Gavegivingen mellom partnere synes ikke å ha endret seg nevneverdig siden 1992. Flere kvinner enn menn tenker å gi klær og gaver til fritiden. Flere menn enn kvinner tenker å gi smykker.

Flere yngre enn eldre gavegivere tenker å gi sportsutstyr til partneren. Dette er i samsvar med 1992-undersøkelsen.

Flere lavt/middels enn høyt utdannede tenker å gi klær til partneren. Dette er ikke i samsvar med 1992-undersøkelsen.

Hva man tenker å gi til partneren er uavhengig av husholdningsinntekt. Dette er i grove trekk i samsvar med 1992-undersøkelsen, bortsett fra at andelen som pleide å gi smykker den gang var noe høyere blant givere med høy enn med lav husholdningsinntekt.

Undersøkelsen fra 1992 viste at gaver til egne barn avhenger av kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt (Borch 1994). Da denne undersøkelsen også inkluderte egne barn over 15 år, er dataene ikke sammenlignbar med 1998-undersøkelsen.

Tabell 7 viser andelen som i 1998 tenker å gi ulike typer gaver til egne barn under 15 år, fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 7: Prosentvis andel som har tenkt å gi [angitt gavekategori] til egne barn fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Bivariate krystabeller.

	Personlig bruk	Klær	Hjemmet	Fritiden	Sportsutstyr	Leker	IKT	TV- og PC-spill
<i>Kjønn</i>								
Mann	29	29	13	65	18	47	16	8
Kvinne	48	45	11	66	16	45	13	7
Chi square	.02*	.05*	.68	.90	.72	.85	.46	.84
<i>Alder</i>								
15-29 år	59	52	7	66	7	59	3	3
30-59 år	36	36	13	66	19	44	17	8
60+								
Chi square	.04*	.15	.57	.15	.23	.15	.16	.58
<i>Utdanning</i>								
Lav/mid.	37	36	14	65	16	43	15	11
Høy	43	41	10	65	18	49	13	3
Chi square	.50	.53	.49	.99	.77	.48	.76	.08
<i>Hus.innt.</i>								
>400.000	43	41	16	61	8	49	12	8
400.00<	38	36	10	68	21	47	15	7
Chi square	.51	.57	.34	.38	.05*	.78	.62	.82

Flere kvinner enn menn og flere yngre enn eldre tenker å gi gaver til personlig bruk til egne barn, særlig klær. Flere givere med høy enn med lav husholdningsinntekt tenker å gi sportsutstyr til egne barn. Utdanning påvirker ikke hva man tenker å gi.

Undersøkelsen fra 1992 viste at gaver til foreldre avhenger av kjønn, alder og utdanning. Flere kvinner enn menn pleide å gi klær til foreldre. Flere menn enn kvinner pleide å gi sports- og fritidsutstyr og hobbyartikler. Andelen som pleide å gi klær økte med alder, mens andelen som pleide å gi ting til hjemmet sank. Og flere høyt enn lavt/middels utdannede pleide å gi bøker/plater (Borch 1994).

Tabell 8 viser andelen som i 1998 tenker å gi ulike typer gaver til foreldre, fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 8: Prosentvis andel som har tenkt å gi [angitt gavekategori] til foreldre fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Bivariate krysstabeller.

	Personlig bruk	Klær	Hjemmet	Pyntegjenstander	Husholdutstyr	Fritiden	Bøker	Mat
<i>Kjønn</i>								
Mann	28	21	34	10	17	34	24	3
Kvinne	30	19	40	15	17	28	21	3
Chi square	.64	.71	.32	.23	.94	.30	.63	.82
<i>Alder</i>								
15-29 år	31	18	45	17	22	37	16	
30-59 år	27	20	37	12	15	30	26	4
60+	53	20	13		13	7	7	7
Chi square	.08	.95	.06	.17	.34	.07	.06	.13
<i>Utdanning</i>								
Lav/mid.	38	25	39	15	17	31	21	4
Høy	22	12	37	11	17	30	24	3
Chi square	.04*	.01**	.67	.36	.98	.95	.47	.67
<i>Hus.innt.</i>								
>400.000	26	19	43	14	20	35	26	3
400.00<	26	18	38	14	15	30	21	5
Chi square	.95	.93	.50	.94	.28	.40	.37	.48

Flere lavt/middels enn høyt utdannede tenker å gi gaver til personlig bruk til foreldre, oftest klær. Hva man tenker å gi til foreldre er ellers uavhengig av kjønn, alder og husholdningsinntekt. Med unntak av sistnevnte avviker samtlige funn fra 1992-undersøkelsen.

5 Hvor dyrt tenker man å gi?

I 1992 anslo norske gavegivere at gaven pr. eget barn kostet 403 kroner (Borch 1994). Korrigeret for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette 454 kroner i 1998.

Etter at 1998-utvalget hadde oppgitt hvilke typer gaver de tenker å gi til egne barn, fikk de spørsmålet: ”Omtrent hvor stort beløp har du totalt sett tenkt å bruke på disse barna?” (spørsmål ”7” i vedlegg 1). For å finne antatte gavekostnader pr. eget barn, ble variabelen ”antatte gavekostnader til egne barn under 15 år” (som inkluderer barn som ikke bor hjemme) dividert på variabelen ”antall hjemmевærende barn under 15 år” (som ekskluderer barn som ikke bor hjemme). Da førstnevnte variabel inkluderer flere barn enn sistnevnte, vil antatte gavekostnader pr. eget barn reelt sett være noe lavere enn tabell 9 viser. Tallene i parentes viser antatte gavekostnader når ekstreme verdier over 5000 kroner er ekskludert fra analysen¹.

Tabell 9: Antatte gavekostnader pr. barn under 15 år. Sentraltendenser og spredning.

Gjennomsnitt	1138	(984)
Median	800	(750)
Modus	500	(500)
Standardavvik	1310	(742)
Minimum	100	(100)
Maksimum	10000	(4000)
(N)	273	(238)

¹ I 1992 var maksimumsverdi 5000 kr pr. eget barn. For å få sammenliknbare tall med 1992-undersøkelsen er alle verdier over 5000 betraktet som ”ekstreme”.

Gjennomsnittlig gavekostnad pr. eget barn under 15 år er 1138 kroner. Tallet er av nevnte grunner noe høyt. Når ekstreme verdier er ekskludert fra analysen, er gjennomsnittlige gavekostnad pr. barn 984 kroner. Korrigert for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette en økning på 530 kroner, dvs. en økning på 117 prosent fra 1992.

Ellers viser tabellen at antatt gavekostnad pr. eget barn under 15 år varierer fra 100 til 10000 kr. De fleste regner med å bruke 500 kroner. Halvparten regner med å bruke mer enn 800 kroner, halvparten mindre. Standardavviket (gjennomsnittlig avvik fra gjennomsnittet) er 1310 kroner. Det er med andre ord store variasjoner i antatt gavekostnad pr. eget barn.

I 1992 anslo gavegivere med høy husholdningsinntekt over 400.000 at de kom til å bruke mer på julegaver til egne barn enn givere med lavere husholdningsinntekt (Borch 1994).

Tabell 10 viser antatt gavekostnad pr. eget barn under 15 år fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 10: Antatt gavekostnad pr. barn under 15 år fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Lineær regresjon. B-verdier.

	B	t	Sign.T
<i>Kjønn</i> (0=mann)	-265	1,5	.14
<i>Alder</i> (0=19-29 år)			
30-59 år	250	1,1	.28
<i>Utdanning</i> (0=lav/middels)	-94	-0,5	.61
Hus.inntekt (0=>400.000)	442	2,3	.02*
Constant	1078	2,9	.01**
R ²	0,02		
(N)	225		

Givere med husholdningsinntekt over 400.000 regner med å bruke mer i julegave pr. eget barn under 15 år enn givere med lavere husholdningsinntekt. Dette er i samsvar med 1992-undersøkelsen.

I 1992 anslo nordmenn at de totalt kom til å bruke 3266 kroner på julegaver (Borch 1994). Korrigert for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette 3680 kroner. Tabell 11 viser hva nordmenn regnet med å bruke i 1998.

Tabell 11: Antatte gavekostnader totalt. Sentraltendenser og spredning.

Gjennomsnitt	4506	(4348)
Median	3500	(3500)
Modus	3000	(3000)
Standardavvik	3728	(3195)
Minimum	0	0
Maksimum	35000	(20000)
(N)	885	879

Norske husholdninger regner med å bruke gjennomsnittlig 4506 kroner på julegaver i år. Når vi tar bort de mest ekstreme beløpene får vi et gjennomsnitt på 4348 kroner². Korrigert for inflasjon på 12,7 prosent tilsvarer dette en økning på 668 kroner, dvs. en økning på 18 prosent fra 1992.

² I 1992 var maksimumsverdien 20000 kroner. For å få sammenliknbare tall med 1992-undersøkelsen er alle verdier over 20000 betraktet som "ekstreme".

Ellers viser tabellen at antatte gavekostnader varierer fra 0 til 35000 kr. De fleste tror de kommer til å bruke 3000 kroner. Halvparten regner med å bruke mer enn 3500, halvparten mindre. Standardavviket er 3728 kroner. Det er med andre ord store variasjoner i antatte gavekostnader.

I 1992 antok givere med husholdningsinntekt over 400.000 å bruke tre ganger så mye på julegaver som givere med lavere husholdningsinntekt (Borch 1994). Tabell 12 viser om antatte gavekostnader varierer med kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt kontrollert for antall hjemmeværende barn eller ungdom i husholdningen.

Tabell 12: Antatt gavekostnad til egne barn fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt kontrollert for antall personer i husholdningen. Lineær regresjon. B-verdier.

	B	t	Sign.T
<i>Kjønn</i> (0=mann)	-628	-2,4	.02*
<i>Alder</i> (0=19-29 år)			
30-59 år	-363	-1,0	.30
60+	1312	3,0	.003**
<i>Utdanning</i> (0=lav/middels)	55	0,2	.85
<i>Hus.inntekt</i> (0=>400.000)	1380	4,6	.000***
<i>Antall personer i husholdn.</i>	443	4,1	.000***
			.000***
Constant	3585	6,1	
R ²	0,27		
(N)	780		

Når en kontrollerer for antall personer i husholdningen, regner givere med husholdningsinntekt over 400.000 å bruke mer penger på julegaver enn givere med lavere husholdningsinntekt. Dette er i samsvar med 1992-undersøkelsen. Ellers viser tabellen at antatte gavekostnader øker med alder, at givere over 60 år regner med å bruke mer enn yngre og at kvinner regner med å bruke mindre enn menn.

1998-utvalget fikk spørsmålet: ”Tror du at husstanden kommer til å bruke mer, omtrent like mye eller mindre penger på julegaver i år enn i fjor?” (Spørsmål 12 i vedlegg 1.) Tabell 13 viser svarfordelingen.

Tabell 13: Prosentvis andel som tror at husstanden kommer til å bruke mer, like mye eller mindre enn i fjor på julegaver.

Mer enn i fjor	17
Omtrent like mye	70
Mindre enn i fjor	13
Vet ikke	2
Totalt (N=1001)	100

De aller fleste (70 %) tror de kommer til å bruke omtrent like mye på julegaver i år som i fjor. Dette kan tyde på at gaveritualet er relativt stabilt og forutsigelig fra år til år. 17 prosent tror de kommer til å bruke mer enn i fjor, 13 prosent tror de kommer til å bruke mindre. Hvorvidt de reelt sett kommer til å bruke like mye, mer eller mindre enn i fjor er imidlertid uvisst. Undersøkelsen fra 1992 viste at 41 prosent pleide å bruke mer enn planlagt, 40 prosent pleide å bruke som planlagt og 3 prosent pleide å bruke mindre enn planlagt (Borch 1994).

Tabell 14 viser andelen som tror husstanden kommer til å bruke mindre, like mye eller mer penger i år enn i fjor, fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt.

Tabell 14: Prosentvis andel som tror de kommer til å bruke mindre, like mye eller mer enn i fjor fordelt på kjønn, alder, utdanning og husholdningsinntekt. Bivariate krystabeller.

	Mindre (=1)	Like mye (=1)	Mer (=1)
<i>Kjønn</i>			
Mann	11	74	15
Kvinne	16	70	14
Chi square	.01*	.14	.65
<i>Alder</i>			
15-29 år	14	58	28
30-59 år	12	76	12
60+	14	76	10
Chi square	.74	.001***	.000***
<i>Utdanning</i>			
Lav/mid.	13	71	16
Høy	14	75	12
Chi square	.73	.18	.04*
<i>Hus.innt.</i>			
>400.000	16	70	14
400.00<	10	76	15
Chi square	.01**	.06	.76

Givere over tretti år tror de kommer til å bruke like penger i år enn i fjor. Gavegivere under tretti tror de kommer til å bruke mer. Dette kan tyde på at man i trettiårsalderen opparbeider seg et relativt stabilt og forutsigelig gavenettverk.

Gavegivere med husholdningsinntekt under 400.000 tror de kommer til å bruke mindre på julegaver i år enn i fjor. Tendensen svekkes når den kontrolleres for sivil status.

Flere kvinner enn menn tror de kommer til å bruke mindre på julegaver i år enn i fjor.

Litteratur

Borch, Anita (1994): *"Hei-hå, nå er det jul ...igjen"*. En kvantitativ studie av innkjøp, giving og mottak av julegaver. SIFO arbeidsrapport nr. 10.

Brusdal, Ragnhild (1997): *Kjære julenissen. En studie av barns brev til julenissen*. SIFO rapport nr.14.

Vedlegg 1: spørreskjemaet

Vedlegg 2: kategorisering av julegaver

Spørsmålene ”3”, ”gave” og ”10” i vedlegg 1 er åpne spørsmål om hva man tenker å gi i julegave til ”partner”, ”egne barn” og ”foreldre”. Svarene er fordelt i følgende kategorier:

- Gir ikke julegave til (aktuell mottakerkategori)
- Har ikke bestemt meg
- Selvlagde gaver
- Gavekort, penger
- Julegaver til:
 - 1) PERSONLIG BRUK
 - Klær
 - Smykker
 - Klokker
 - Ting til personlig pleie (parfyme, barberskum etc.)
 - Annet
 - 2) HJEMMET
 - Pyntegjenstander (bilder, lysestaker etc.)
 - Juledekorasjoner
 - Husholdningsutstyr (sengetøy, gryter etc.)
 - Møbler (tepper, bord etc.)
 - Småelektrisk utstyr (lamper, kaffetrakter, miksmaster etc.)
 - Bruneartikler (radio, tv, cd-spiller etc.)
 - Annet
 - 3) FRITIDEN
 - Sportsutstyr
 - Hobbyartikler
 - Videokamera, fotoapparat etc.
 - Verktøy
 - Reiseartikler (kofferter, kart etc.)
 - Bøker
 - Musikk
 - Videokassetter
 - Leker
 - Annet
 - 4) IT
 - Mobiltelefon, personsøker etc.
 - PC
 - Internett/modem
 - Software (programvare, disketter etc.)
 - CD-rom
 - PC- eller TV-spill
 - Annet
 - 5) TJENESTER
 - Kurs, seminarer, foredrag etc.
 - Personlig pleie (fysioterapi, aromaterapi, frisør, manikyr etc.)
 - Restaurantbesøk
 - Reiser (billetter med tog, buss, fly etc.)
 - Annet
 - 6) KUNST/KULTUR
 - Kunstgjenstander (malerier, kunstplakater, skulpturer etc.)
 - Kulturarrangement (kino, teater, opera, ballett etc.)

- Annet

7) MAT OG NYTELSESMIDLER

- Mat
- Søtsaker, sjokolade, snacks
- Alkohol
- Tobakk
- Annet

8) DIVERSE

- Blomster
- Levende dyr
- Annet

MERKNADER:

- 1) Framgangsprosedyre under kategorisering:
Kan svaret plasseres under en hovedkategori ("PERSONLIG BRUK", "HJEMMET" etc.)?
Hvis nei, plasser svaret i "annet" under "DIVERSE".
Hvis ja; kan svaret plasseres i en egen underkategori?
Hvis nei, plasser svaret i underkategorien "annet"
- 2) Klær, pynteting, mat etc. som er selvlagde skal kategoriseres som "selvlagde gaver".
- 3) Pynteting, lysestaker etc. som er juledekorasjoner skal kategoriseres som "juledekorasjoner".
- 4) PC- og TV-spill skal kategoriseres som "PC- og TV-spill" under "TEKNOLOGI", ikke som "leker".
- 5) Pyntegjenstander, juledekorasjoner o.a. som kan betraktes som "kunst" skal kategoriseres som "kunstgjenstander"