



ПОДАРКИ К 8 МАРТА

Выполнили: Борисова Оксана,
Немировская Анна, Хабибрахманова Эльвира



Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провел исследование о том, как россияне собираются отмечать Восьмое марта, какие подарки планируют дарить любимым женщинам мужчины, и что, в свою

очередь, мечтают получить в подарок сами представительницы прекрасного пола.

Оказывается, женские представления о желаемом подарке к Восьмому марта и мужские намерения не всегда совпадают...





Цель исследования:

~~Выявить соотношение ожиданий женщин в плане подарка и намерений мужчин подарить желаемое.~~

Задачи:

1. Выявить динамику ожиданий женщин получать в подарок ювелирные украшения и намерений мужчин дарить их в период с 1998 по 2008 г.
2. Определить зависимость намерений получать и дарить ювелирные украшения от факторов состояния влюбленности, возраста, семейного положения, уровня образования, дохода, социального слоя, типа населенного пункта.
3. Найти зависимость намерений мужчин дарить различные типы подарков от фактора проживания в населенных пунктах различного типа.



Эмпирическая база исследования

Данные получены в Едином архиве социологических данных.

Депозитор - АНО «Левада - центр».

Использованы данные серии **«Курьер»**, исследования омнибусного типа, проводящегося по выборке, репрезентирующей городское и сельское население России от 18 лет, с 1998 по 2008 гг. Всероссийская многоступенчатая стратифицированная случайная выборка. Статистическая погрешность выборки не превышает 3.4%.

Географический охват

Все регионы России, за исключением республик: Чечни, Ингушетии, Дагестана, Сев. Осетии, автономных округов: Ненецкого, Ямало-Ненецкого, Таймырского, Ханты-Мансийского, Эвенкийского, Чукотки, Камчатки, Сахалинской области. Всего из рассмотрения исключено 12 субъектов РФ, на территории которых проживает около 5% взрослого населения России.

Генеральная совокупность

Городское и сельское взрослое население от 18 лет и старше, без учета военнослужащих, населения зон военных конфликтов в России (Чечня, Северная Осетия) и малонаселенных областей Крайнего Севера.

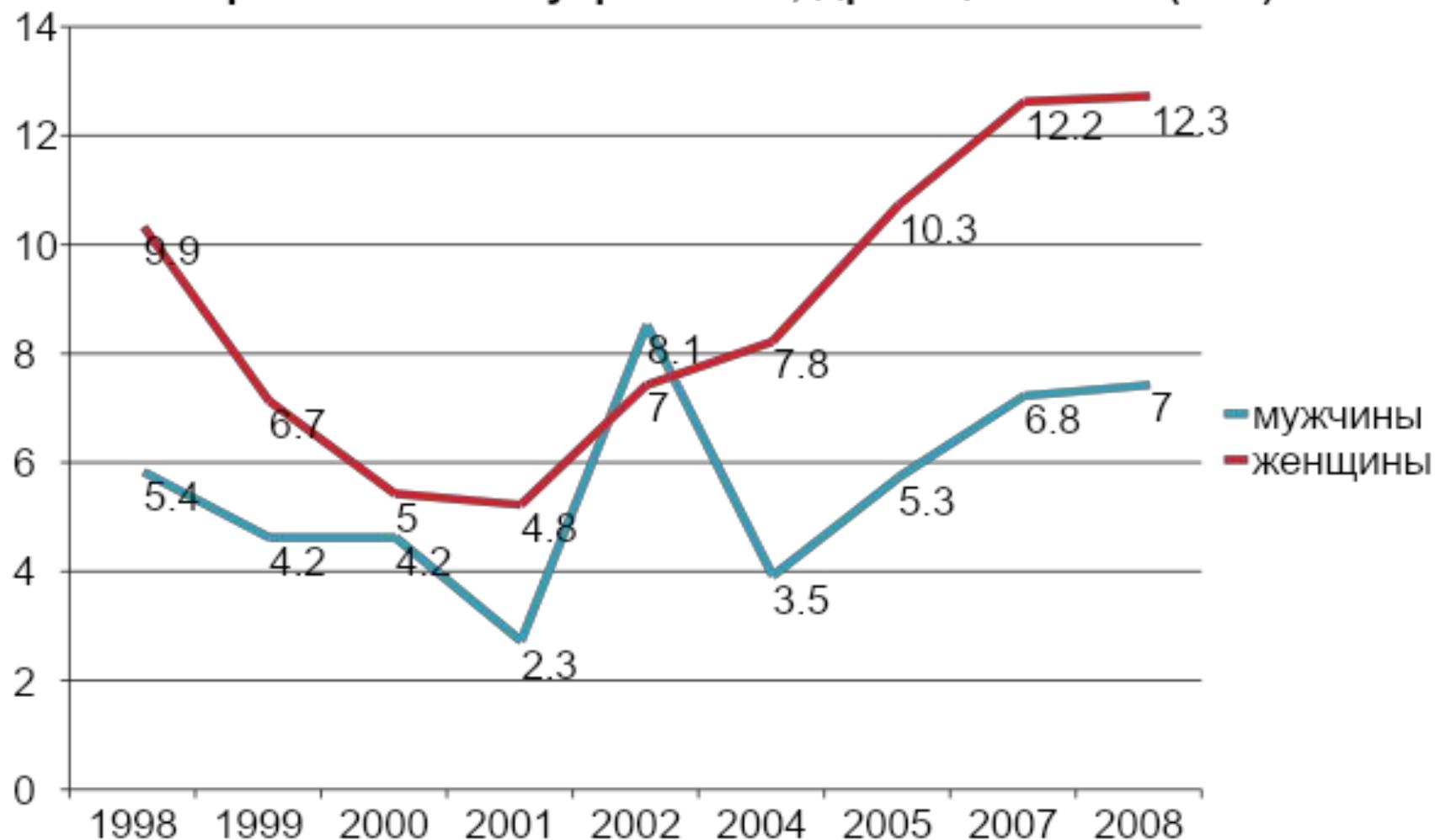
Анализ данных выполнен в NESSTAR.



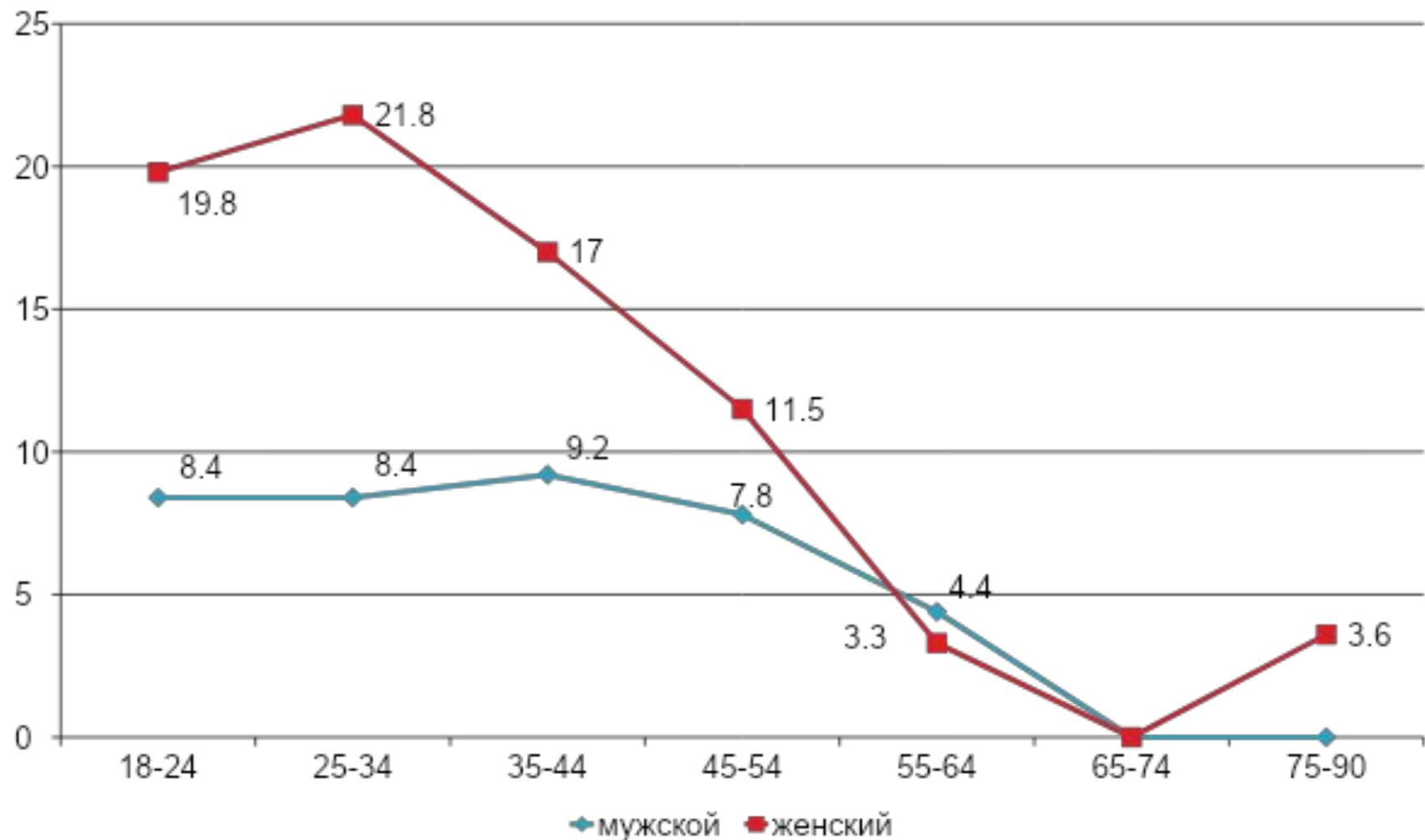


Что Вы собираетесь получить / подарить к 8-му Марта?

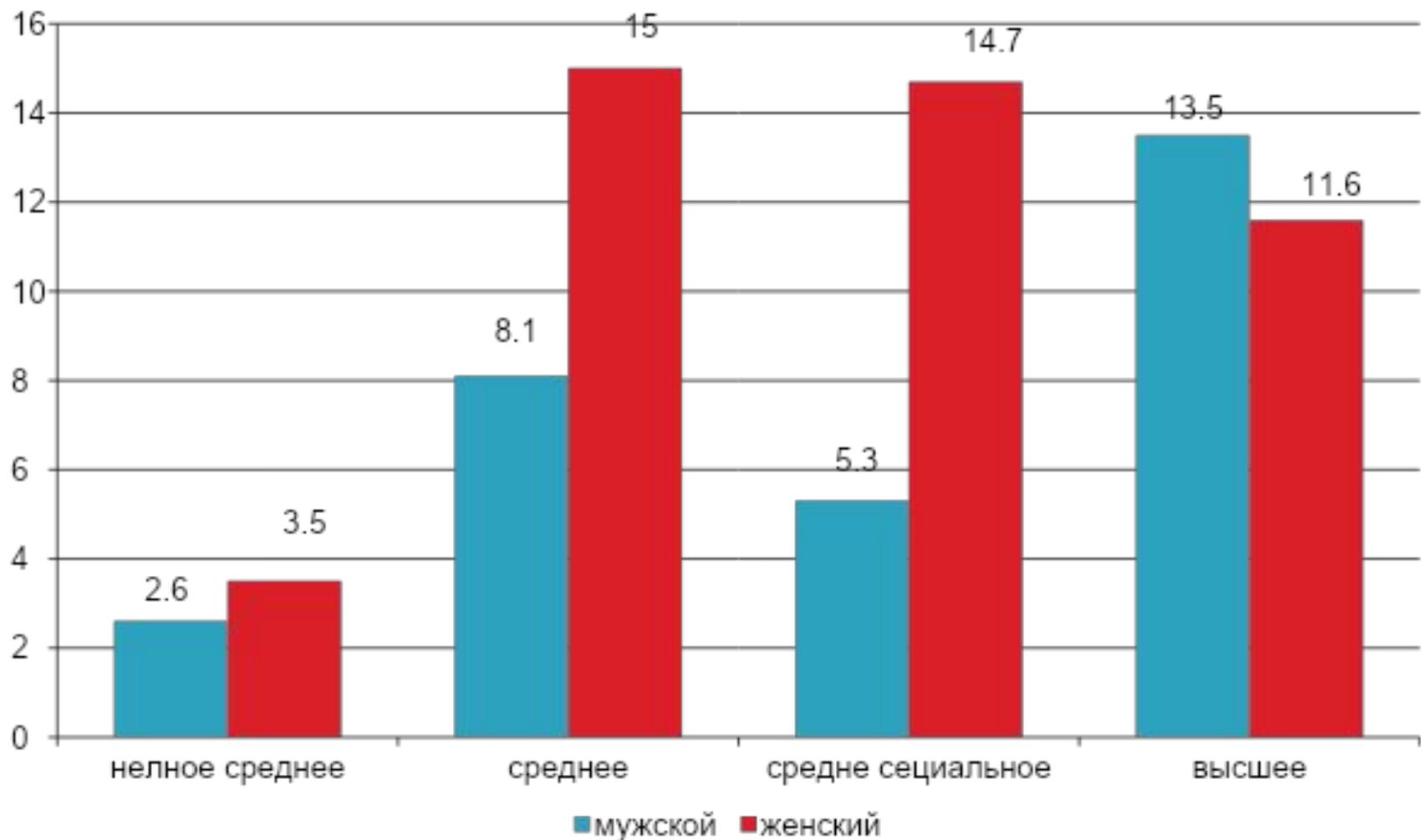
Вариант ответа: украшения, драгоценности (в %)



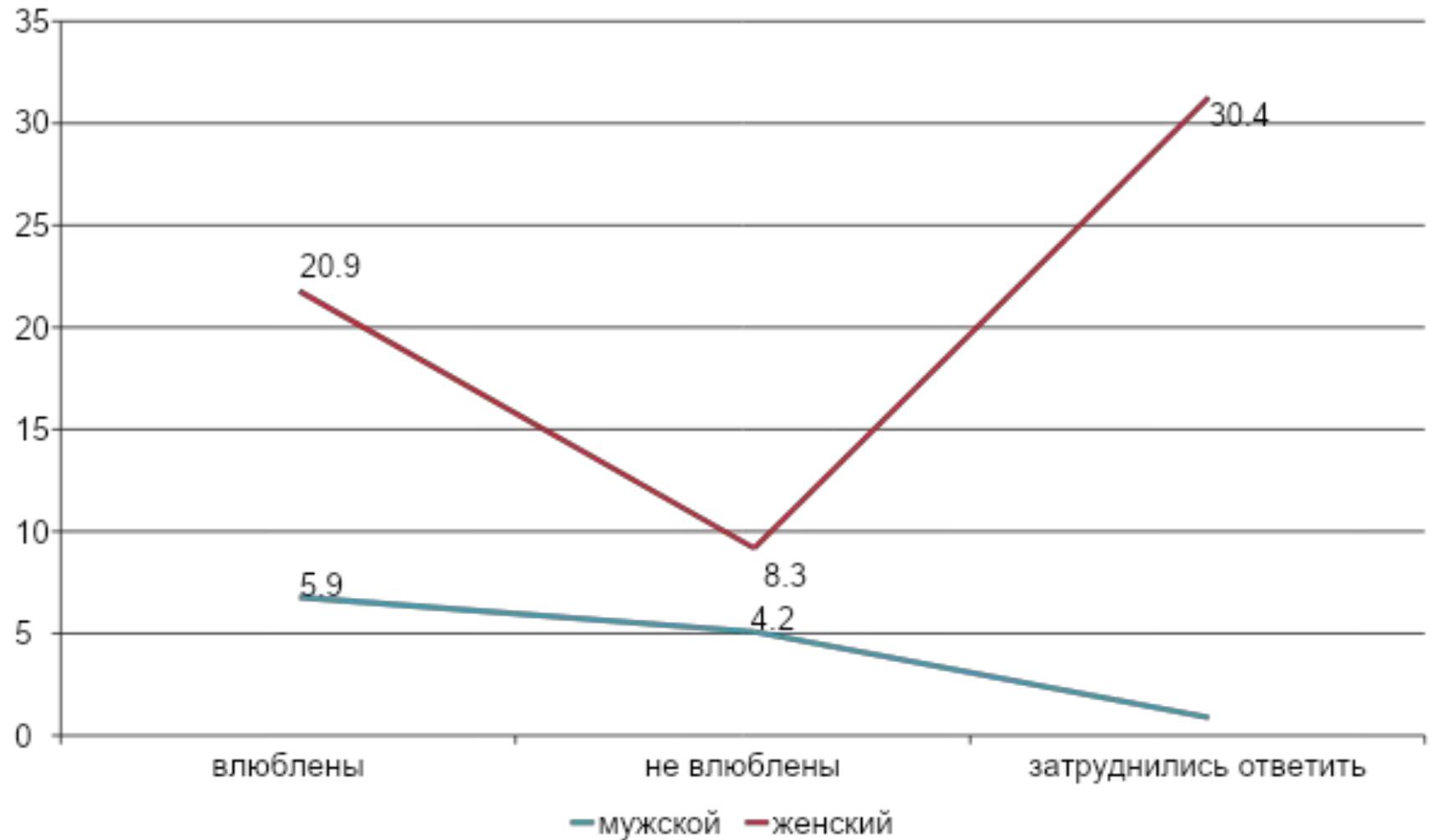
Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от возраста (в%)



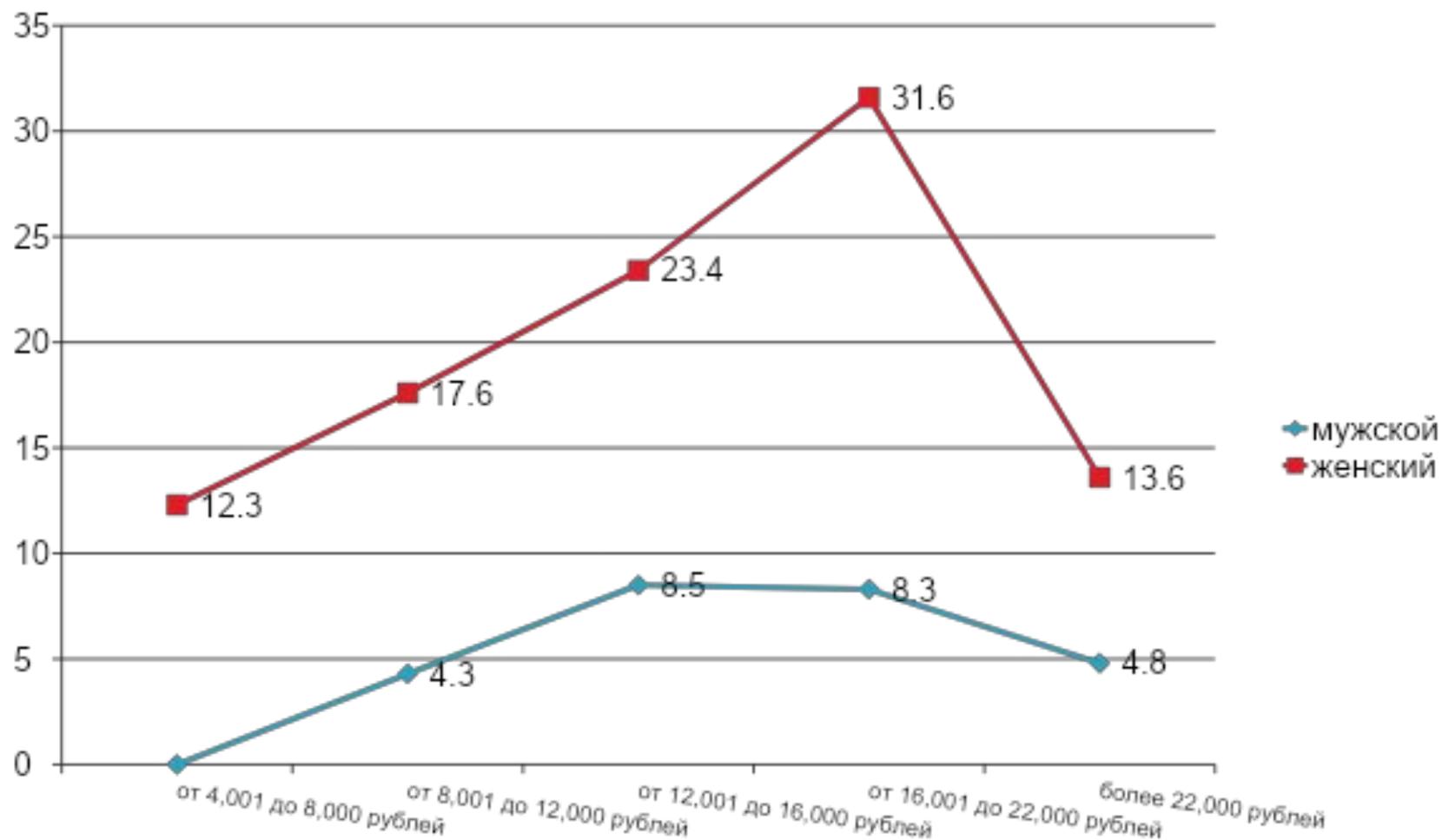
Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от уровня образования



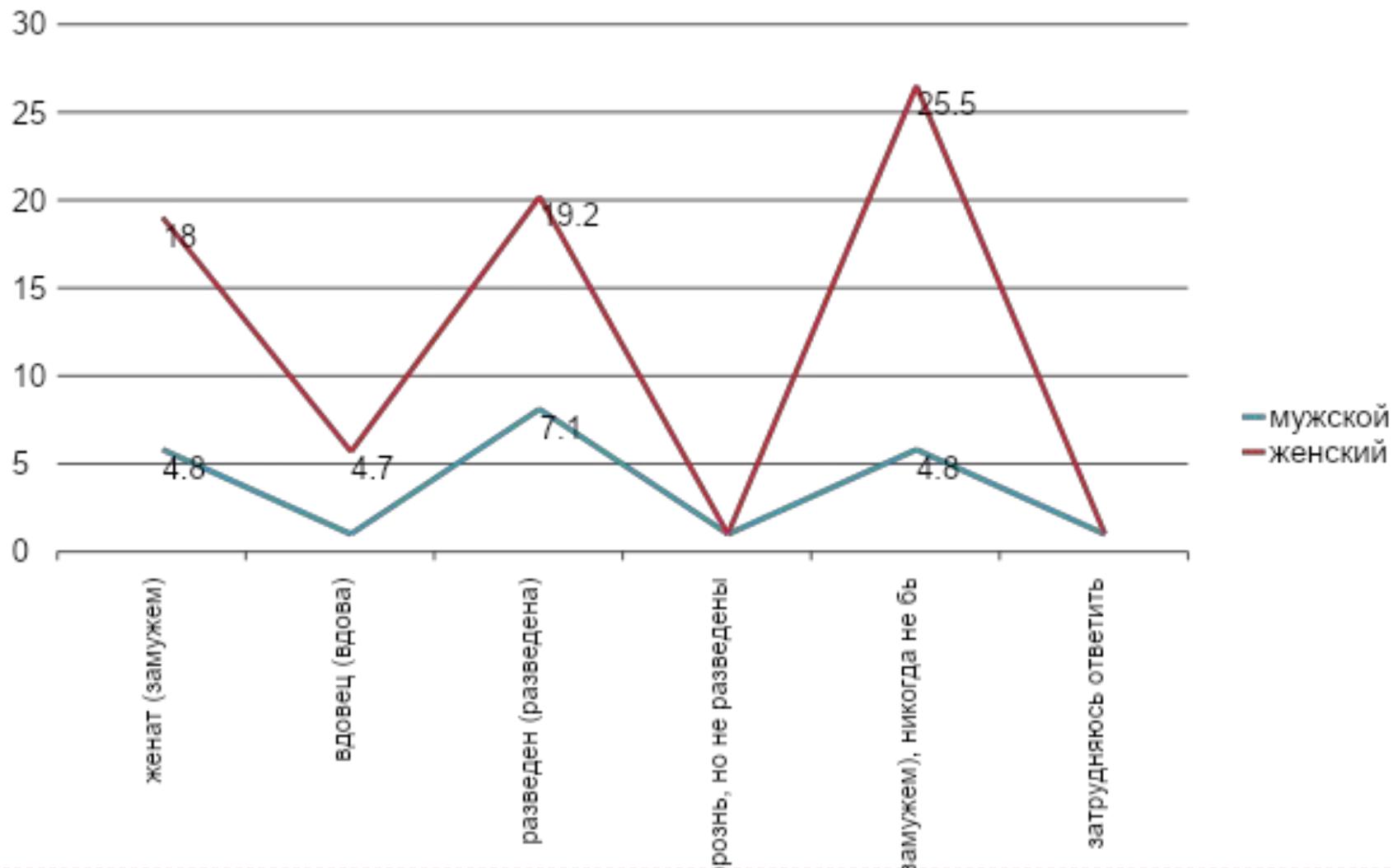
Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от состояния влюбленности респондентов на момент опроса (в%)



Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от уровня дохода (в%)



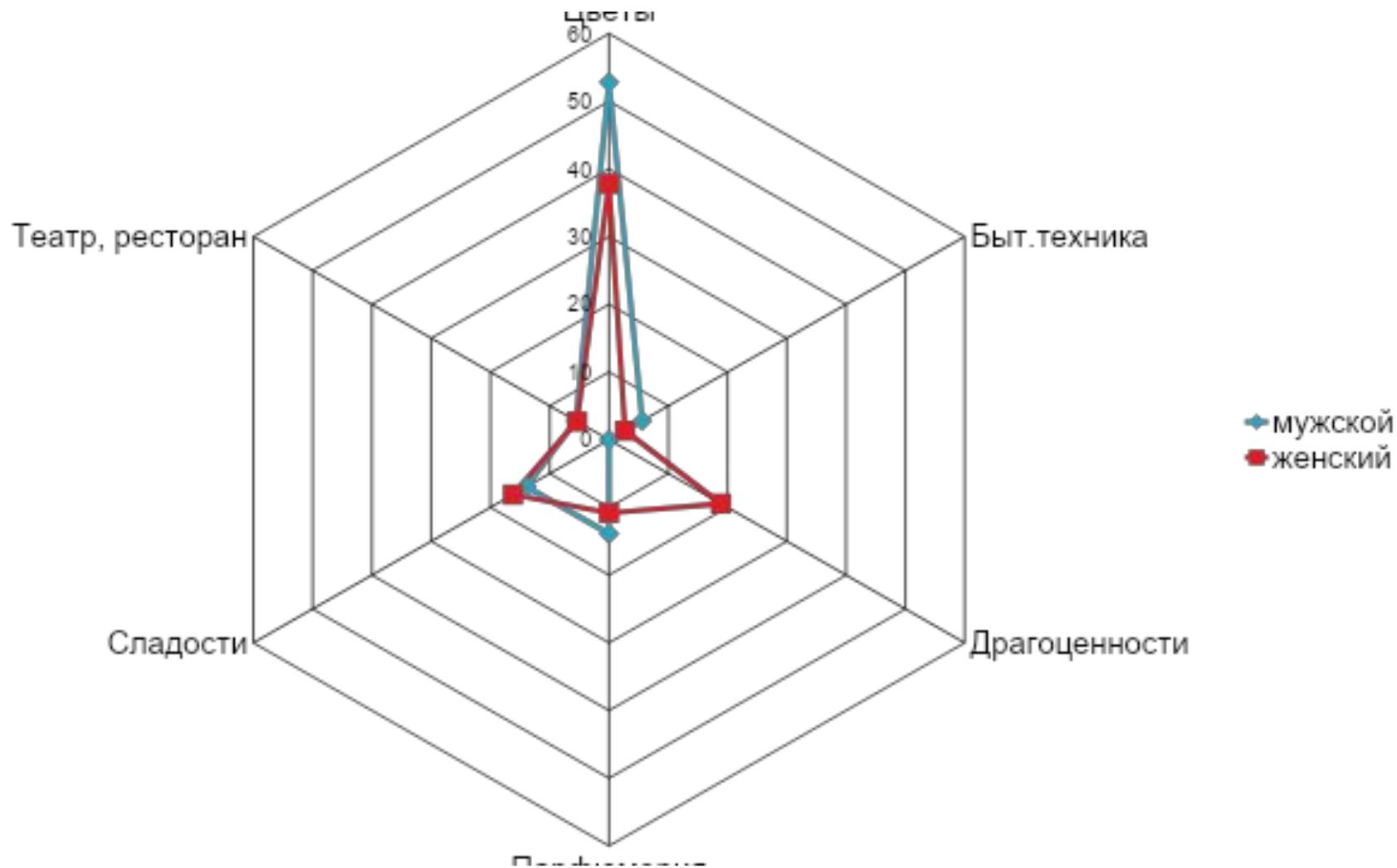
Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от семейного положения (в%)



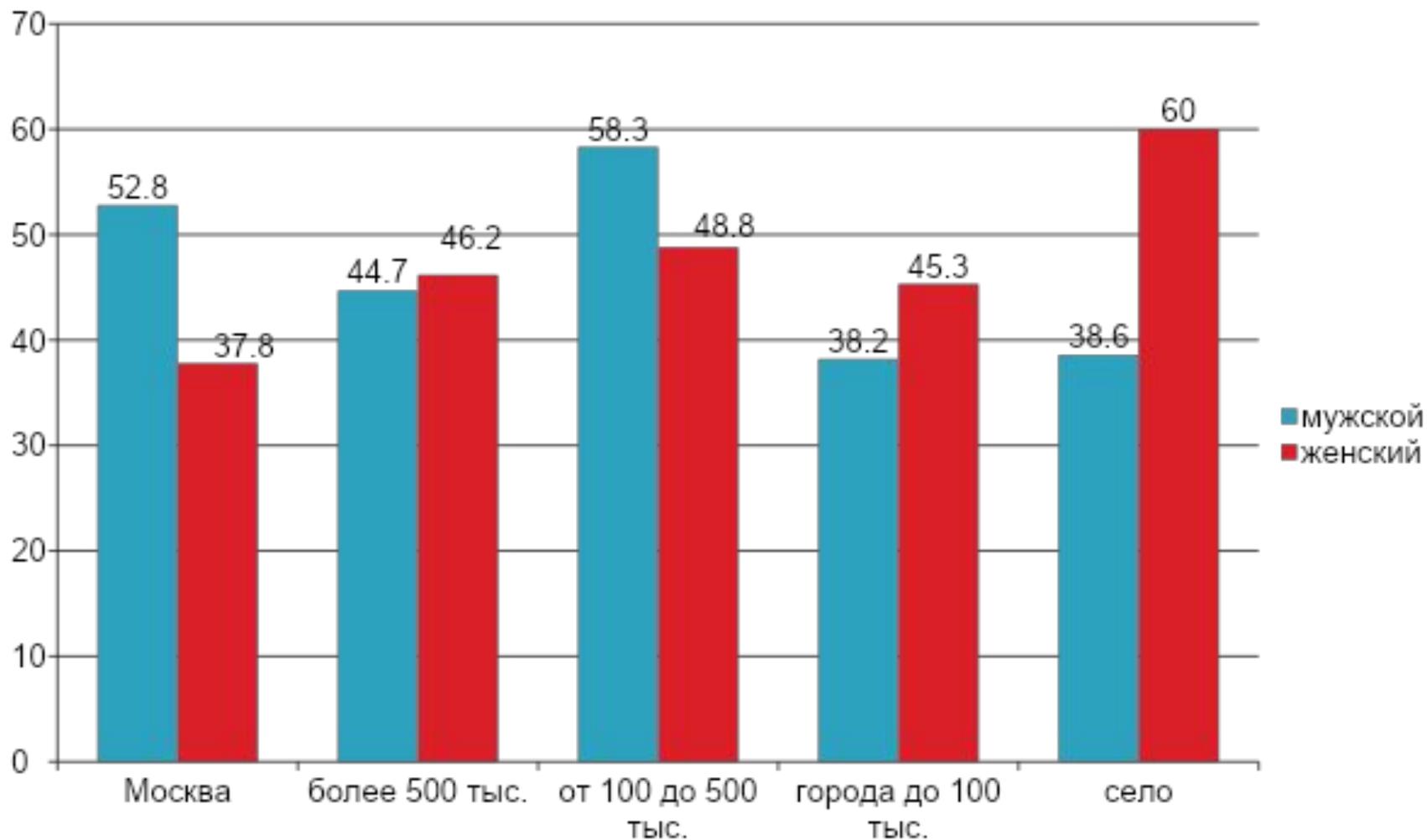
Соотношение ожидания и готовности дарить украшения и драгоценности на 8 Марта в зависимости от социального слоя



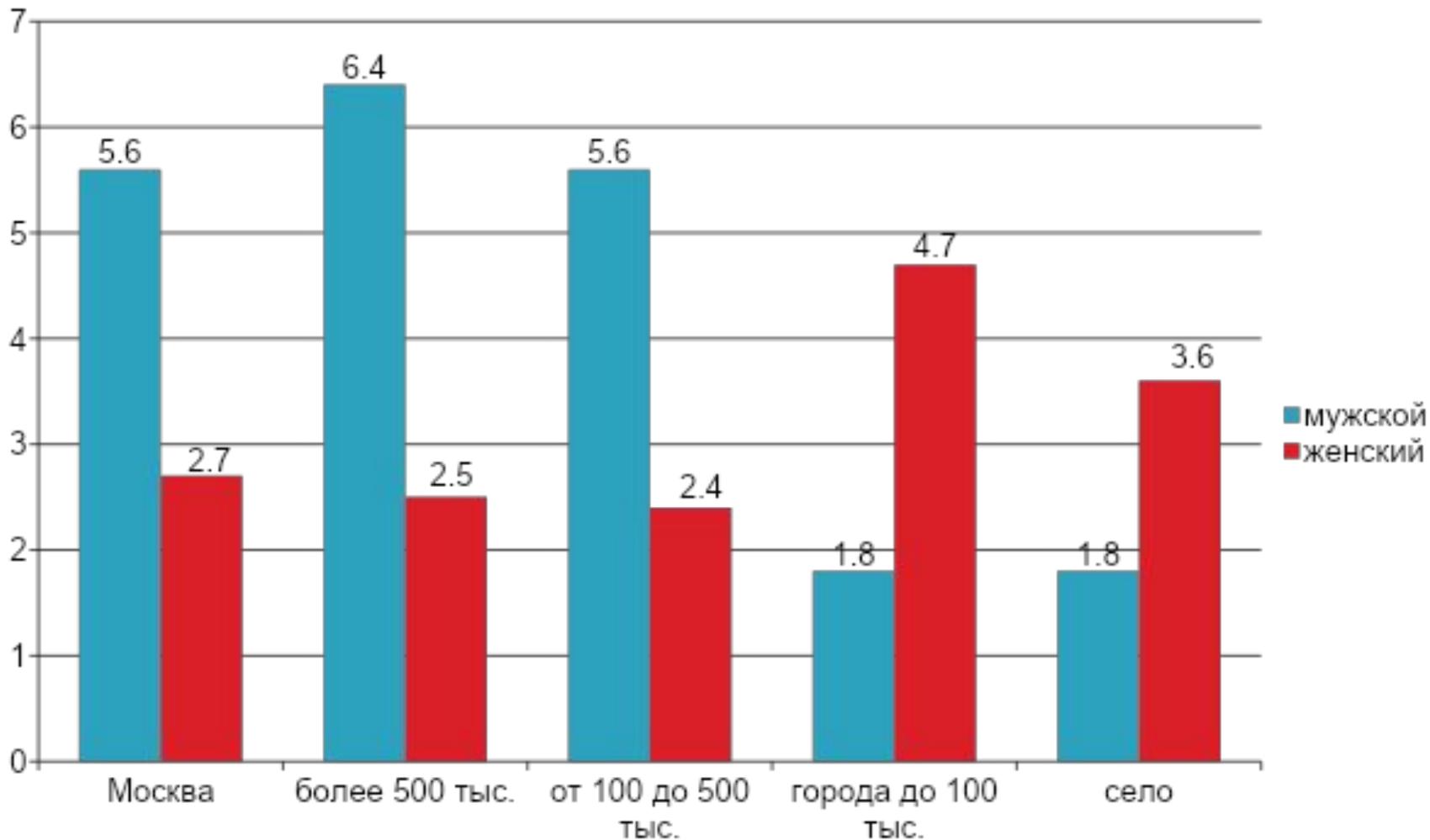
Соотношение ожидания и готовности дарить подарки на 8 Марта в зависимости от пола среди респондентов г. Москвы



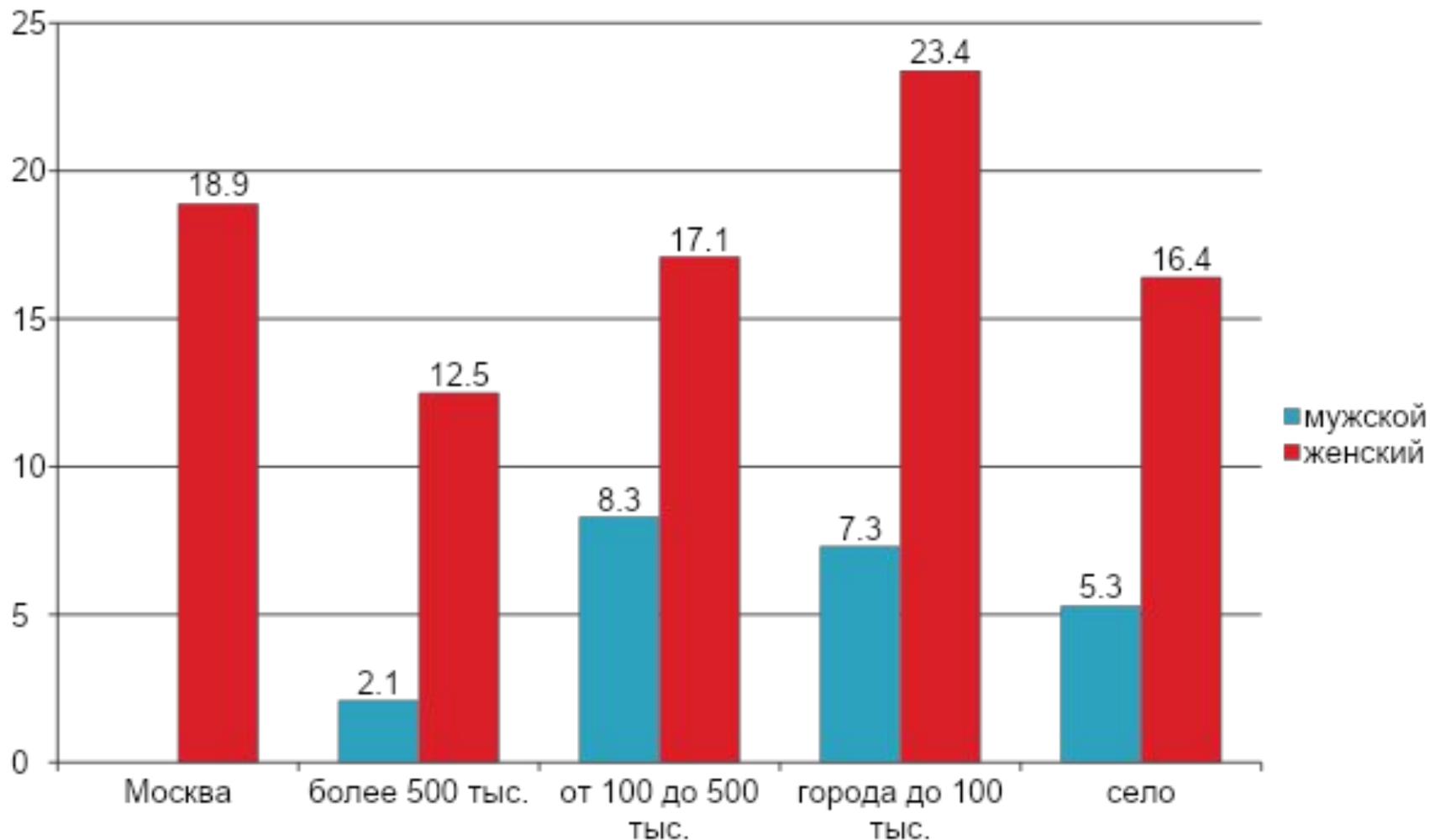
Соотношение ожидания и готовности дарить ЦВЕТЫ на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



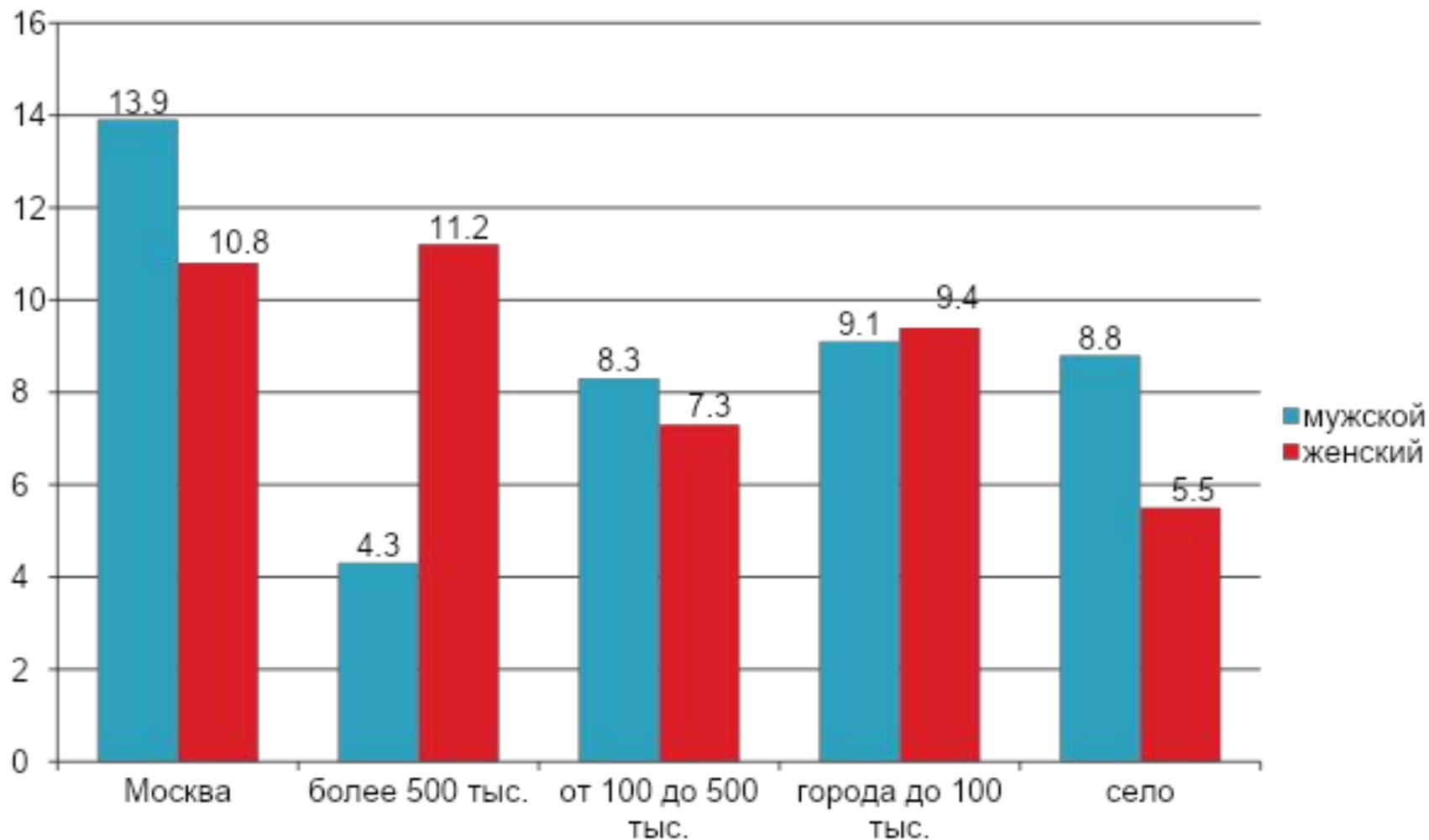
Соотношение ожидания и готовности дарить БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



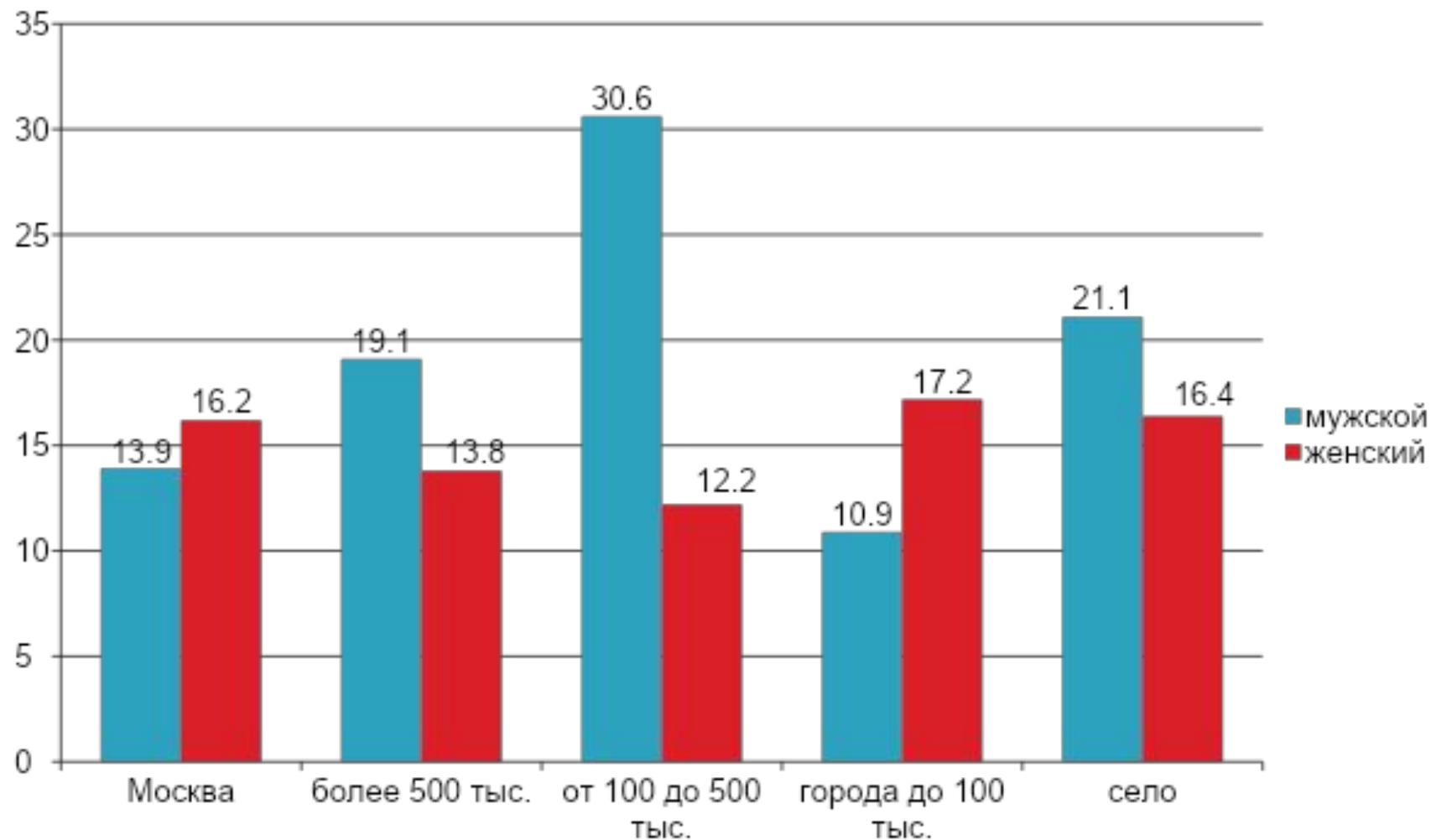
Соотношение ожидания и готовности дарить ДРАГОЦЕННОСТИ И УКРАШЕНИЯ на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



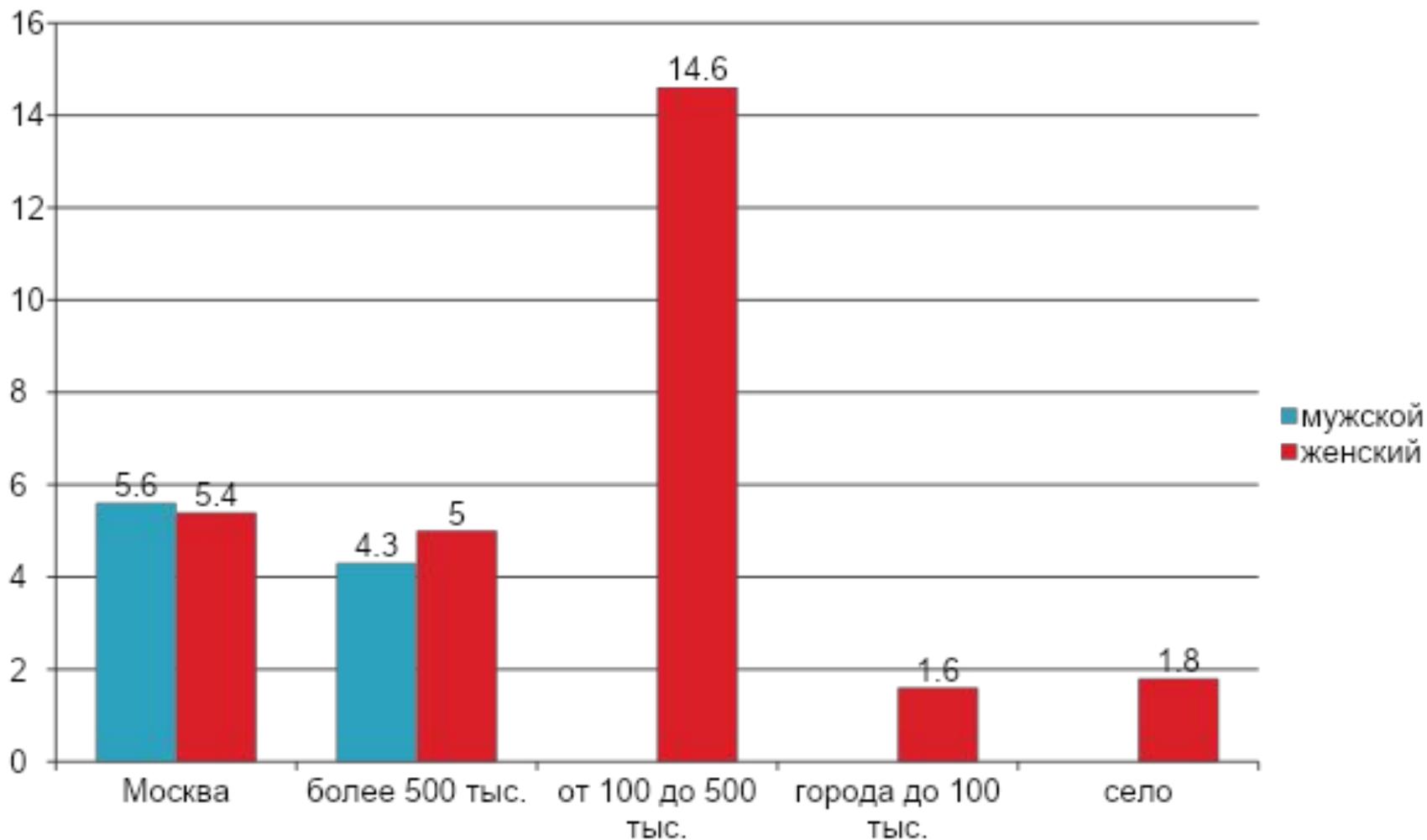
Соотношение ожидания и готовности дарить / получать ПАРФЮМЕРИЮ на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



Соотношение ожидания и готовности дарить СЛАДОСТИ на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



Соотношение ожидания и готовности получить приглашение/пригласить в ТЕАТР, РЕСТОРАН на 8 Марта в зависимости от размера населенного пункта



Корреляционная зависимость значимости хорошей внешности женщины от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить ювелирные украшения и драгоценности на 8 Марта

Набор данных: Курьер 2008-2

Из всех переменных для данного случая Корреляционный анализ: [\[Change to pairwise\]](#)

Переменные:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

62В_2. ХОРОШАЯ ВНЕШНОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

	S2. ВОЗРАСТ	62В_2. ХОРОШАЯ ВНЕШНОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ
S2. ВОЗРАСТ	-	-0,458
62В_2. ХОРОШАЯ ВНЕШНОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ	-0,458	-

■ p < 0.001
■ p < 0.01
■ p < 0.05

Display options

Significance

Count

Фильтр включен
Вес включен



Регрессионная зависимость значимости хорошей внешности женщины от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить ювелирные украшения и драгоценности на 8 Марта

Набор данных: Курьер 2008-2

Регрессионный анализ:

Зависимая переменная:

62B_2. ХОРОШАЯ ВНЕШНОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

	B	SE B	Beta	T	Significance	Tolerance
S2. ВОЗРАСТ	-0,02	0,01	-0,46	-3,71	0,0005	1,00

Intercept	1,16
Valid N	53,85
Multiple R	0,458
Multiple R Squared	0,210
Adjusted R Squared	0,195
F value	13,79
F sign	0,0005

[Показать корреляционную матрицу](#)

Фильтр включен

Вес включен



Регрессионная зависимость значимости хорошей внешности женщины от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить ювелирные украшения и драгоценности на 8 Марта

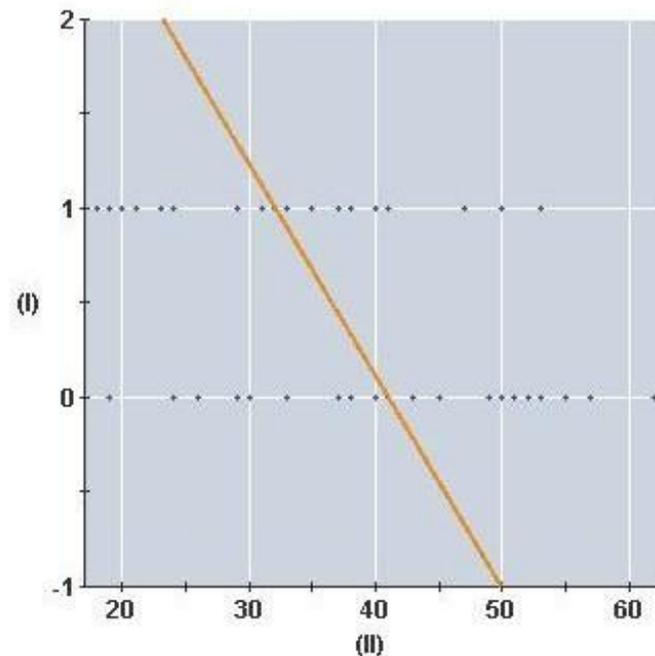
Набор данных: Курьер 2008-2

Зависимая переменная:

(I) 62В_2. ХОРОШАЯ ВНЕШНОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

(II) S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)



Корреляционная зависимость значимости легкого характера от возраста в группе женщин, ожидающих получить в подарок ювелирные украшения и драгоценности на 8 Марта

Набор данных: Курьер 2008-2

Из всех переменных для данного случая Корреляционный анализ: [\[Change to pairwise\]](#)

Переменные:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

62B_9. ЛЕГКИЙ ХАРАКТЕР - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

	S2. ВОЗРАСТ	62B_9. ЛЕГКИЙ ХАРАКТЕР - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ
S2. ВОЗРАСТ	-	0,308
62B_9. ЛЕГКИЙ ХАРАКТЕР - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ	0,308	-

Legend for significance levels:

- $p < 0.001$ (Dark grey)
- $p < 0.01$ (Medium grey)
- $p < 0.05$ (Light grey)

Display options

Significance

Count

Фильтр включен
Все включен



Регрессионная зависимость значимости лёгкого характера от возраста в группе женщин, ожидающих получить в подарок на 8 Марта ювелирные украшения и драгоценности

Набор данных: Курьер 2008-2

Регрессионный анализ:

Зависимая переменная:

62B_9. ЛЕГКИЙ ХАРАКТЕР - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

	B	SE B	Beta	T	Significance	Tolerance
S2. ВОЗРАСТ	0,01	0,00	0,31	3,32	0,0012	1,00

Intercept	-0,16
Valid N	107,24
Multiple R	0,308
Multiple R Squared	0,095
Adjusted R Squared	0,086
F value	11,04
F sign	0,0012

[Показать корреляционную матрицу](#)

Фильтр включен

Вес включен



Регрессионная зависимость значимости легкого характера от возраста в группе женщин, ожидающих получить в подарок на 8 Марта ювелирные украшения и драгоценности

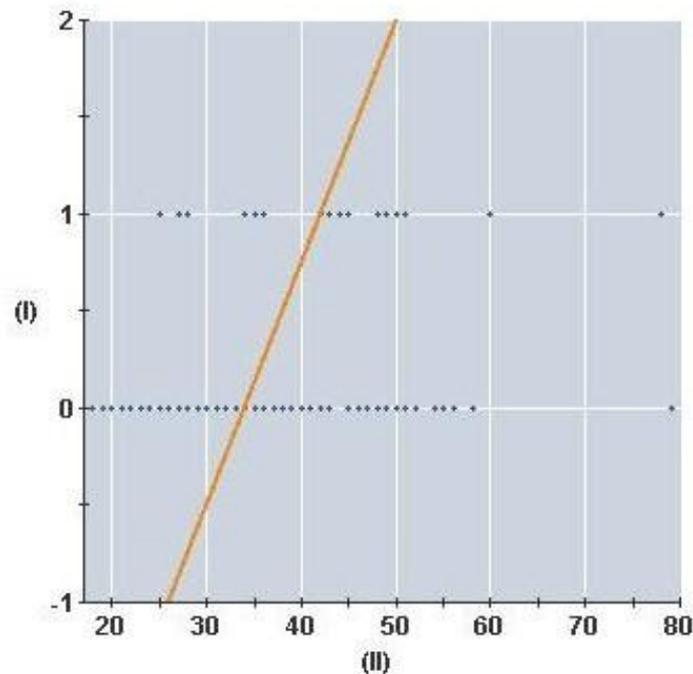
Набор данных: Курьер 2008-2

Зависимая переменная:

(I) 62В_9. ЛЕГКИЙ ХАРАКТЕР - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

(II) S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)



Корреляционная зависимость значимости независимости от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить на 8 Марта бытовую технику

Набор данных: Курьер 2008-2

Из всех переменных для данного случая Корреляционный анализ: [\[Change to pairwise\]](#)

Переменные:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

62В_11.НЕЗАВИСИМОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

	S2. ВОЗРАСТ	62В_11.НЕЗАВИСИМОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ
S2. ВОЗРАСТ	-	0,409
62В_11.НЕЗАВИСИМОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ	0,409	-

■ $p < 0.001$
■ $p < 0.01$
■ $p < 0.05$

Display options

Significance

Count

Фильтр включен
Всё включен



Регрессионная зависимость значимости независимости от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить на 8 Марта бытовую технику

Набор данных: Курьер 2008-2

Регрессионный анализ:

Зависимая переменная:

62В_11.НЕЗАВИСИМОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)

	B	SE B	Beta	T	Significance	Tolerance
S2. ВОЗРАСТ	0,00	0,00	0,41	2,54	0,0161	1,00

Intercept	-0,17
Valid N	34,18
Multiple R	0,409
Multiple R Squared	0,167
Adjusted R Squared	0,141
F value	6,46
F sign	0,0161

[Показать корреляционную матрицу](#)

Фильтр включен

Вес включен



Регрессионная зависимость значимости независимости от возраста в группе мужчин, намеревающихся подарить на 8 Марта бытовую технику

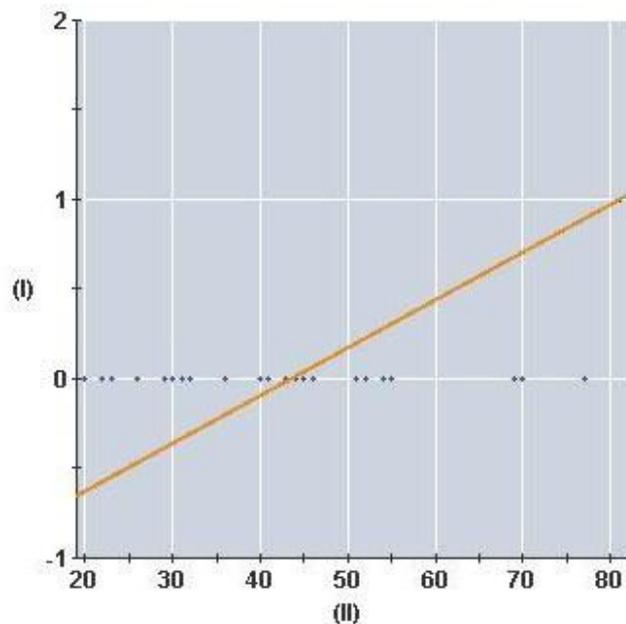
Набор данных: Курьер 2008-2

Зависимая переменная:

(I) 62В_11.НЕЗАВИСИМОСТЬ - БОЛЬШЕ ВСЕГО ЦЕНИТ В ЖЕНЩИНАХ [\[Удалить\]](#)

Независимая переменная:

(II) S2. ВОЗРАСТ [\[Удалить\]](#)





ТЫ ПРЕКРАСНА-СПОРУ НЕТ
ИЗЛУЧАЕШЬ РАДОСТЬ, СВЕТ
ЗВОНКИЙ СМЕХ, ГЛАЗА ГОРЯТ!
ПРО ТЕБЯ ВСЕ ГОВОРЯТ
КАК МИЛА ДОБРА,
КРАСИВА,
ОБАЯТЕЛЬНА, УЧТИВА,
ПУСТЬ ТЕБЕ
ЖИВЁТСЯ
КЛАССНО

ПОМНИ- ТЫ
ВСЕГДА
ПРЕКРАСНА!!!

