

Polacy preferują wysoką jakość, wybierają produkty krajowego pochodzenia, zmieniają pojmowanie patriotyzmu - wyniki sondażu „Teraz Polska”.

CO JEST DLA PANI/PANA NAJWAŻNIEJSZE PODCZAS CODZIENNYCH ZAKUPÓW? Proszę o wybranie trzech odpowiedzi (N=1011, %)



- **Polscy konsumenci podczas zakupów na pierwszym miejscu stawiają jakość, a dopiero później zwracają uwagę na cenę produktów i usług.**
- **Aż 84,4 proc. ankietowanych, mając możliwość wyboru, deklaruje zakup produktów polskiego pochodzenia. Tylko 3,9 proc. respondentów było przeciwnego zdania.**

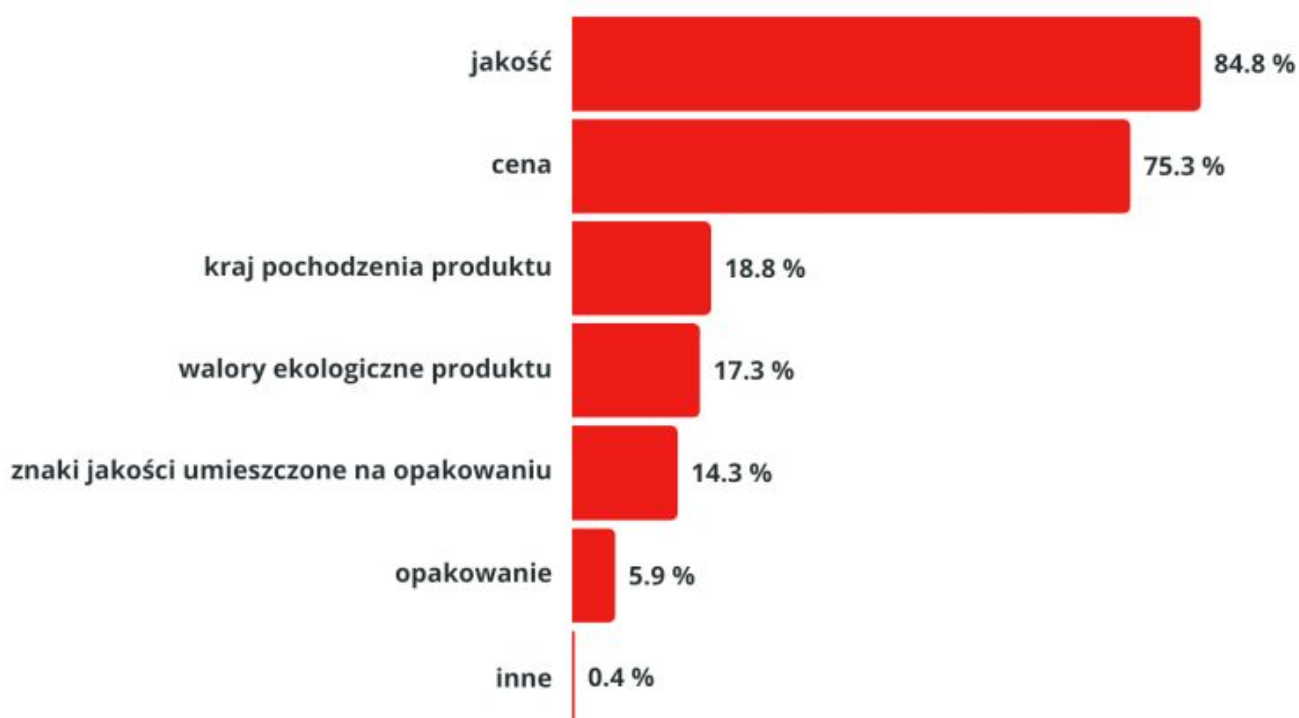
- **Patriotyzm to dla nas przede wszystkim duma z bycia Polakiem – takiej odpowiedzi udzieliło 59,8 proc. badanych. Aż 53 proc. respondentów za przejaw patriotyzmu uważa przywiązywanie do polskiej kultury i historii, a 39,4 proc. rozumie go jako gotowość do obrony kraju w obliczu zagrożenia.**
- **Blisko 27 proc. respondentów uznaje za patriotyczne kupowanie polskich produktów.**
- **W tegorocznym badaniu znajomość Godła „Teraz Polska” zadeklarowało rekordowe 87,3 proc. badanych.**
- **Wiemy co wpływa na wzrost sprzedaży produktów i usług oraz prestiż marki.**

Od ponad trzech dekad Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego wyłania produkty i usługi najwyższej jakości i nagradza je Godłem „Teraz Polska”. Obecnie trwa przyjmowanie zgłoszeń do 34. edycji Konkursu „Teraz Polska”. Fundacja działa również na rzecz promowania krajowej przedsiębiorczości, monitoruje zachowania konsumentów i trendy rynkowe oraz uczestniczy w debacie publicznej, wyrażając opinie w sprawach kluczowych dla gospodarki kraju. Od kilkunastu lat realizuje badania, które mają na celu analizę głównych czynników wpływających na decyzje zakupowe Polaków. Tegoroczna edycja sondażu „Teraz Polska” powstała we współpracy z firmą badawczą ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, na próbie losowo wybranych 1011 dorosłych Polaków, w technice badawczej CAWI.

Jakość jeszcze ważniejsza

Z przeprowadzonych badań wynika, że polscy konsumenci podczas zakupów na pierwszym miejscu stawiają jakość, a dopiero później zwracają uwagę na cenę produktów i usług. Na pytanie: „Co jest dla Pani/Pana najważniejsze podczas codziennych zakupów?” aż 84,8 proc. ankietowanych odpowiedziało, że jakość (w zeszłorocznej edycji badania – 81 proc.), natomiast cena została wskazana przez 77,3 proc. respondentów (75,3 w zeszłym roku). Na kraj pochodzenia produktu wskazało 18,8 proc. respondentów, a na walory ekologiczne – 17,3 proc.

CO JEST DLA PANI/PANA NAJWAŻNIEJSZE PODCZAS CODZIENNYCH ZAKUPÓW? Proszę o wybranie trzech odpowiedzi (N=1011, %)

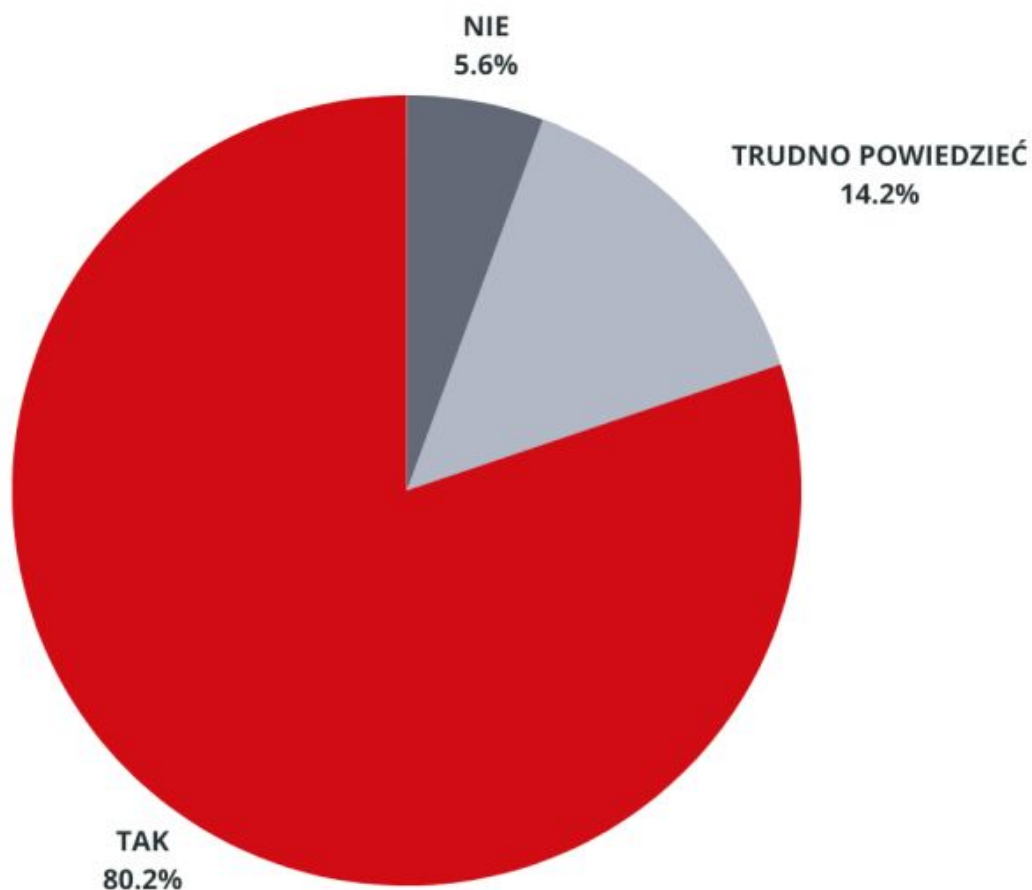


Powyższe wyniki mogą wskazywać na fakt, że konsumenci są bardziej świadomi, jak i

wymagający. Dostęp do informacji nigdy nie był tak szybki i prosty, więc również w ten sposób – poprzez weryfikowanie doniesień o marce, sprawdzanie cech produktów, a także poznawanie opinii innych klientów – konsumenci oceniają jakość.

Świadomy i wymagający konsument zdaje sobie sprawę, że ona kosztuje. Na pytanie: „Czy byłby Pan skłonny / byłaby Pani skłonna zapłacić więcej za produkt wysokiej jakości?” ponad 80 proc. respondentów odpowiedziało, że tak. Raptem 14,2 proc. badanych było niezdecydowanych i tylko 5,6 proc. zadeklarowało, że nie zapłaci więcej za taki produkt. W świecie ogromnej konkurencji cenowej i zalewu dóbr coraz powszechniejsza może być świadomość, że zakup produktu nieco droższego, ale solidniejszego i oferującego lepsze walory użytkowe ostatecznie bardziej się opłaca.

CZY BYŁBY/ABY PAN/I SKŁONNA ZAPŁACIĆ WIĘCEJ ZA PRODUKT WYSOKIEJ JAKOŚCI? (N=1011, %)



Oczywiście cena nadal odgrywa bardzo istotną rolę w decyzjach zakupowych. Polacy chcą nabywać produkty i usługi możliwie jak najwyższej jakości, ale za kwotę mieszczącą się w pewnych akceptowalnych granicach.

Praktyczny patriotyzm konsumencki

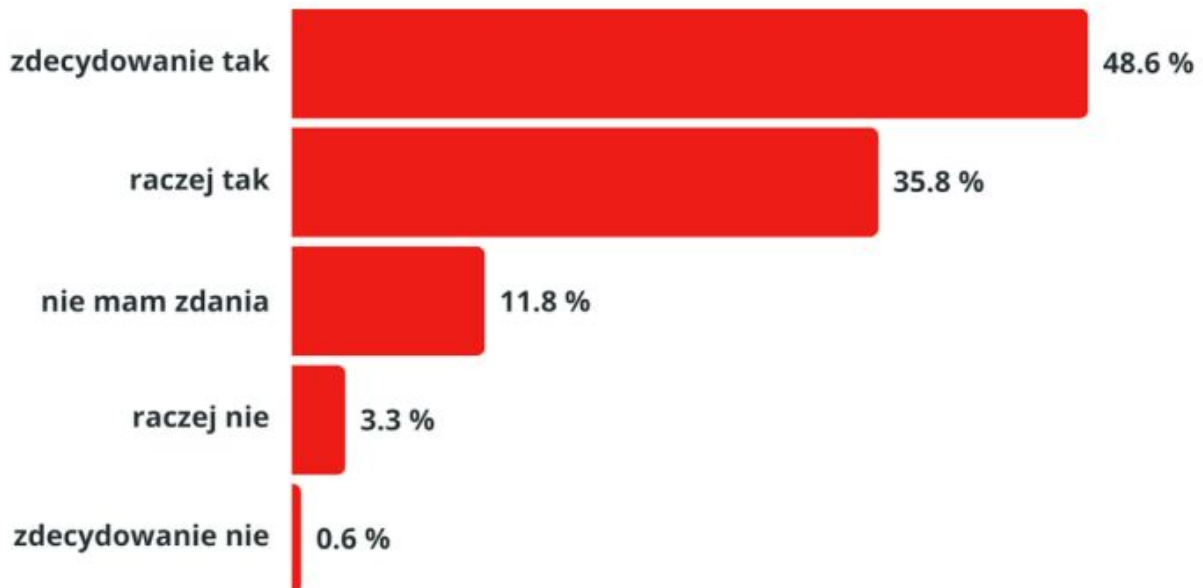
Z badania wynika, że miejsce pochodzenia produktu jest – obok jego walorów ekologicznych – ważnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji zakupowych. Coraz więcej

Polaków zdaje sobie sprawę, że decyzje zakupowe jednostki mają wpływ na kondycję krajowej gospodarki i PKB. Można nawet powiedzieć, że od kilku lat panuje pewnego rodzaju moda na kupowanie polskich produktów, a zwłaszcza na wspieranie małych, lokalnych firm. Trend ten jest skutecznie wykorzystywany przez przedsiębiorców, którzy budują swoją markę w oparciu o regionalne pochodzenie, wielopokoleniową tradycję i polski kapitał. Nic dziwnego, skoro aż 84,4 proc. ankietowanych, mając możliwość wyboru, deklaruje zakup produktów polskiego pochodzenia. Tylko 3,9 proc. respondentów było przeciwnego zdania.

Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”

Świadomość, że warto kupować polskie produkty i usługi, właściwie jest już powszechna wśród konsumentów. Oferta krajowych przedsiębiorców w niczym nie ustępuje zagranicznej, czego potwierdzeniem jest także rosnący eksport. Druga kwestia to czynnik ekonomiczny – nabywając krajowe produkty i usługi, mamy wpływ na to, gdzie trafią nasze pieniądze. Oczywiście w przypadku kupowania rodzimych wyrobów nasze pieniądze w większości zasilają polskie firmy. Dzięki temu nasze codzienne decyzje zakupowe mogą wspierać polskich przedsiębiorców. Kolejna rzecz to aspekt etyczny, coraz częściej brany pod uwagę przez konsumentów, zwłaszcza ludzi młodych. Wybierają oni polskie produkty, ponieważ są one wytwarzane z uwzględnieniem dobrostanu pracowników i poszanowaniem ich praw, a lokalna produkcja nie odbija się negatywnie na stanie środowiska naturalnego.

**CZY ZGADZA SIĘ PAN/I ZE STWIERDZENIEM, ŻE MAJĄC MOŻLIWOŚĆ
WYBORU, NALEŻY KUPWAĆ PRODUKTY POLSKIEGO POCHODZENIA?**
(N=1 011, %)



Dumni, przywiązani do kultury, gotowi do obrony

Sondaż „Teraz Polska” nie bada wyłącznie postaw i zachowań konsumenckich. Zapytaliśmy respondentów również o to, czym jest dla nich dzisiaj patriotyzm. Mogli zaznaczyć maksymalnie trzy spośród siedmiu zaproponowanych odpowiedzi. Patriotyzm to dla nas przede wszystkim duma z bycia Polakiem – takiej odpowiedzi udzieliło 59,8 proc. badanych. Aż 53 proc. respondentów uważa, że owym patriotyzmem jest przywiązanie do polskiej kultury i historii, a 39,4 proc. rozumie go jako gotowość do obrony kraju w obliczu zagrożenia. Te trzy wskazywane najczęściej postawy patriotyczne mają pewien symboliczny i górnolotny charakter, ich reprezentowanie i deklarowanie mają swoje źródło w narracjach pochodzących z dzieł narodowej kultury i tradycyjnego sposobu wychowania.

Kolejne wskazywane przez respondentów manifestacje patriotyzmu mają charakter

praktyczny. W tej kategorii najpopularniejszą odpowiedzią jest deklaracja tłumacząca współczesny patriotyzm jako kupowanie polskich produktów (26,8 proc.). Nieco mniej osób wskazuje w tym kontekście na dbałość o wspólną przestrzeń (18,8 proc.) i wywieszanie flagi narodowej z okazji świąt narodowych (15,1 proc.). Co ciekawe, na ostatnim miejscu spośród wskazanych rozumień patriotyzmu znalazło się płacenie podatków w Polsce – takie przekonanie podziela raptem 8,9 proc. respondentów.

CZYM JEST DLA PANA/I PATRIOTYZM DZIŚ?

Proszę o wybranie max. trzech odpowiedzi (N=1 011, %)

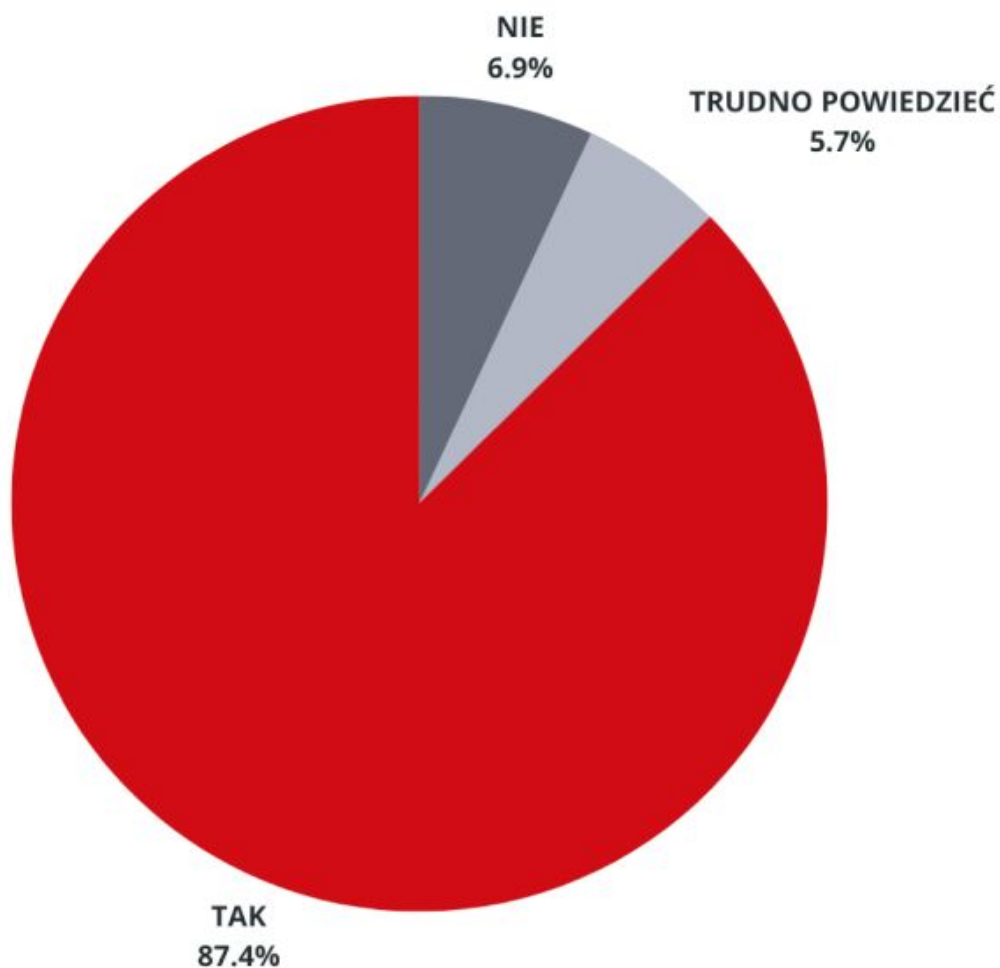


Jak konsumenci postrzegają Godło „Teraz Polska”

Od wielu lat Godło „Teraz Polska” należy do najbardziej rozpoznawalnych znaków promocyjnych w Polsce. Jego znajomość w badaniach ankietowych corocznie deklarowało 70–80 proc. respondentów.

W tegorocznym badaniu znajomość Godła zadeklarowało rekordowe 87,3 proc. badanych. Rośnie rozpoznawalność i renoma tego znaku, gdyż konsumenci doceniają jego rolę w procesie podejmowania decyzji zakupowych.

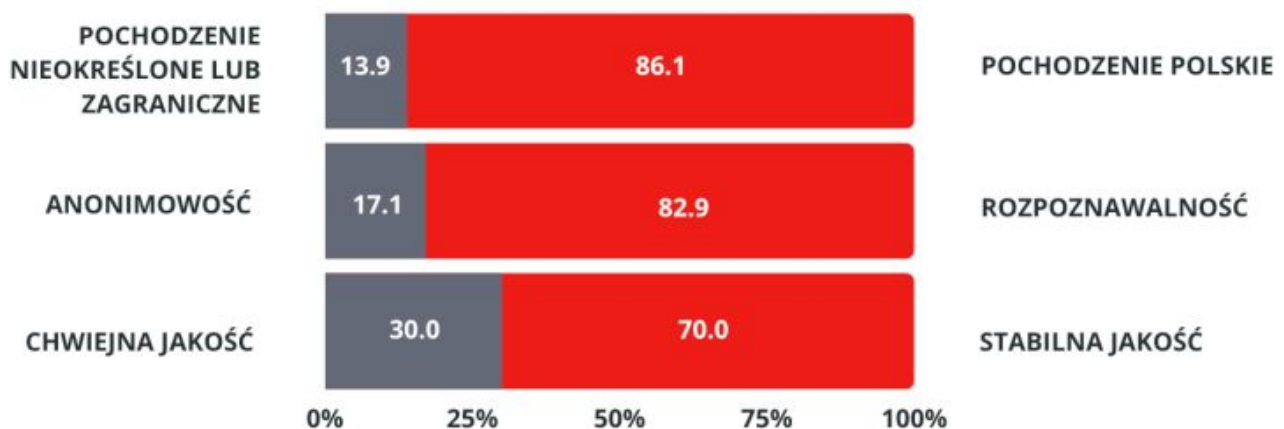
CZY JAKO KONSUMENT SPOTKAŁ/A SIĘ PAN/I KIEDYKOLWIEK ZE ZNAKIEM „TERAZ POLSKA” NA PRODUKTACH/USŁUGACH? (N=1 011, %)



Ankietowani, zapytani o skojarzenia z produktami i usługami nagrodzonymi Godłem „Teraz Polska”, wskazują głównie polskie pochodzenie (86,1 proc.), dużą rozpoznawalność (82,9 proc.), stabilną jakość (70 proc.). Jest to zgodne z ideą Godła „Teraz Polska” i

oczekiwaniami przedsiębiorców, którzy przystępują do Konkursu.

**Z JAKIMI CECHAMI KOJARZĄ SIĘ PANU/I PRODUKTY/USŁUGI NAGRODZONE
GODŁEM „TERAZ POLSKA”? PROSZĘ O DOKONANIE WYBORU JEDNEJ CECHY
Z KAŻDEJ PARY? (N=949, %)**

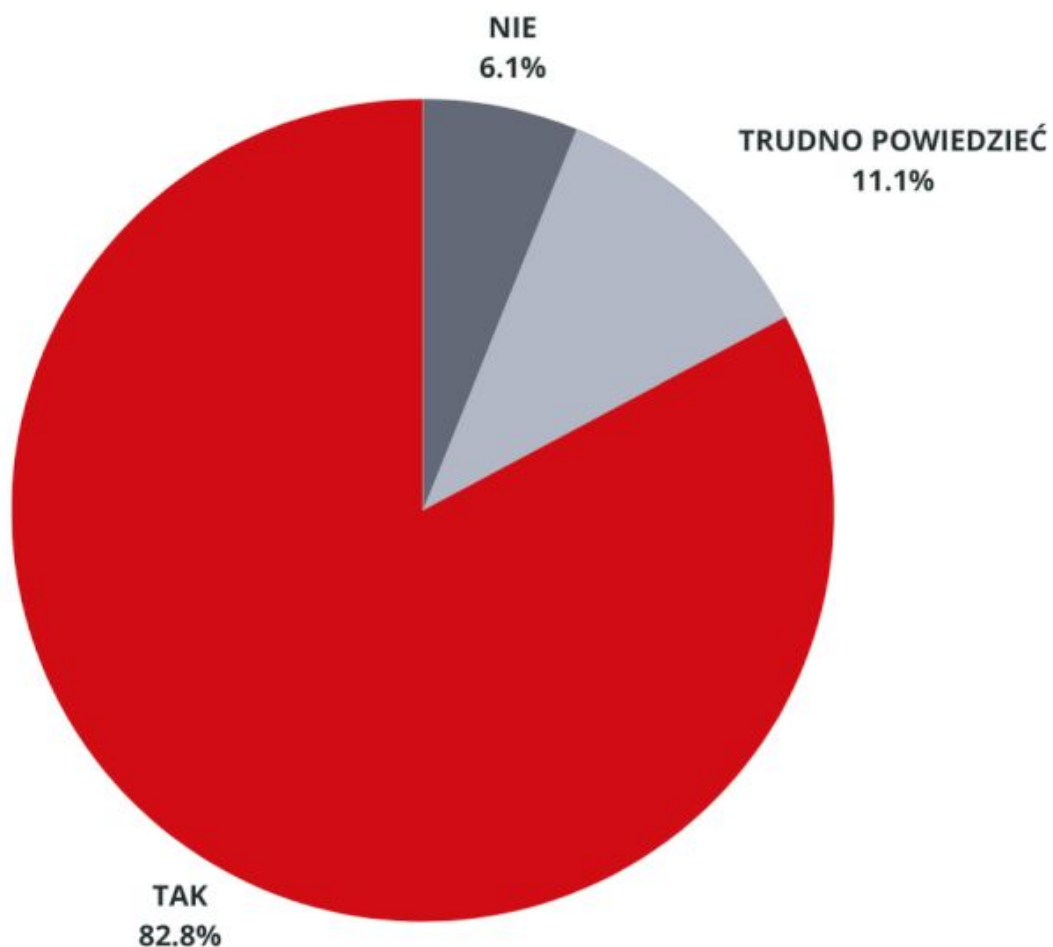


6,1% respondentów udzieliło odpowiedzi: Godło „Teraz Polska” z niczym mi się nie kojarzy.

Najważniejszą korzyścią wynikającą z posługiwania się przez firmę Godłem „Teraz Polska” jest zachęcenie konsumenta czy klienta do zakupu produktu i usługi nim oznaczonych. W opinii Laureatów Konkursu znak „Teraz Polska” jest skutecznym narzędziem marketingowym, wspomagającym działania promocyjne firmy, budowanie marki produktów i usług oraz wpływającym pozytywnie na wyniki sprzedażowe. Zapytaliśmy zatem respondentów, czy znak „Teraz Polska” jest dobrym sposobem oznaczania wysokiej jakości produktów i usług oraz czy zachęca do ich zakupu. Aż 82 proc. badanych odpowiedziało twierdząco, co wydaje się być wyraźną przesłanką dla zarządzających

biznesem, dyrektorów sprzedaży i marketingu, strategów biznesu, że Godło „Teraz Polska” wydajnie wspomaga rynkowy sukces.

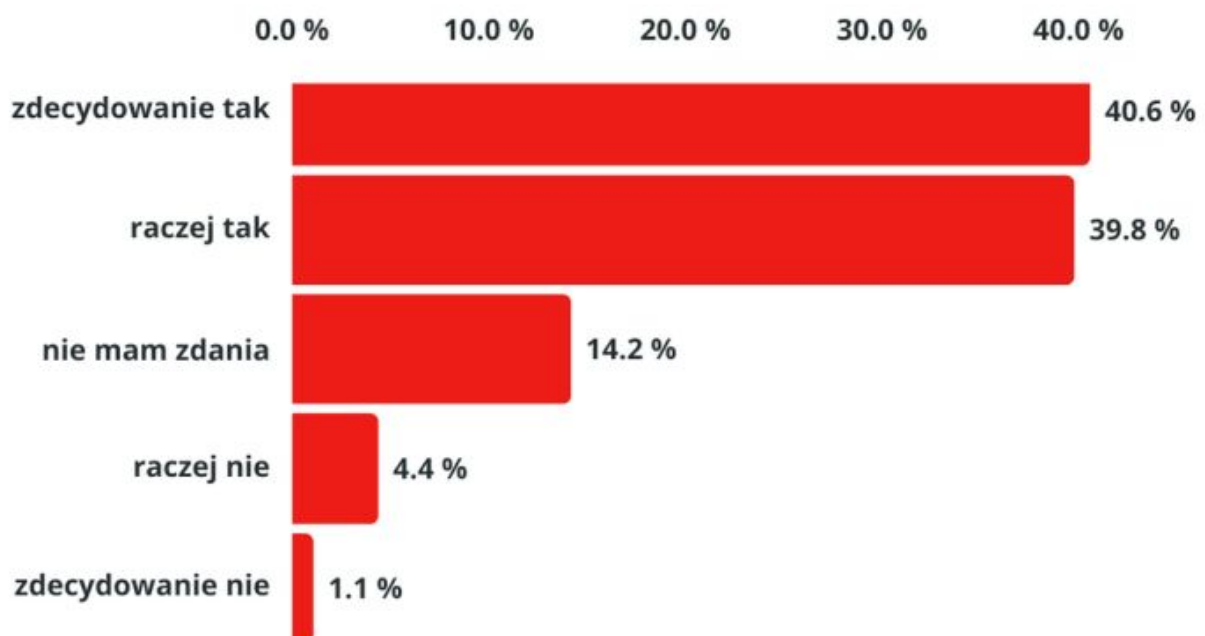
CZY WEDŁUG PANI/PANA LOGO „TERAZ POLSKA” JEST DOBRYM SPOSOBEM OZNACZANIA WYSOKIEJ JAKOŚCI POLSKICH PRODUKTÓW (USŁUG) I ZACHĘCĄ DO ICH ZAKUPU? (N=1 011, %)



Polskie marki odznaczają się rozpoznawalnością i zaufaniem konsumenta ze względu na wysoką jakość i konkurencyjną cenę, które idą w parze z walorami użytkowymi. Teraz walczą o prestiż. Tylko to pozwoli im dominować na krajowym rynku, ale również wygrywać z konkurencją za granicą. Czy w staraniach o wzmocnienie polskich marek może

być pomocne Godło „Teraz Polska”? Zapytaliśmy respondentów, czy sądzą, że wyróżnienie firmy znakiem „Teraz Polska” wzmacnia jej prestiż. Aż 80,4 proc. badanych odpowiedziało twierdząco. To jest dowód efektywności wyjątkowego narzędzia biznesowego, jakim jest Godło „Teraz Polska”.

CZY ZGADZA SIĘ PANI/PAN ZE STWIERDZENIEM, ŻE WYRÓŻNIENIE FIRMY ZNAKIEM „TERAZ POLSKA” WZMACNIA JEJ PRESTIŻ? (N=1 011, %)



Wyniki badania kolejny rok z rzędu potwierdzają, że Godło „Teraz Polska” budzi zaufanie klientów i wzmacnia prestiż marki, a także bezpośrednio wpływa na decyzje zakupowe. Kluczowymi czynnikami decydującymi o zakupie są jakość i polskie pochodzenie, czyli cechy produktów i usług wyróżnionych Godłem „Teraz Polska”.

Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”

Na decyzję zakupową składa się nie tylko ocena walorów produktu, ale także emocje. Klienci wybierają marki, za którymi stoją wartości czy historie spójne z ich oczekiwaniami, pragnieniami, potrzebami. To wszystko odnajdują w biało-czerwonym znaku „Teraz Polska”. Dowodzą tego twarde dane. Dlatego serdecznie zachęcam wszystkich przedsiębiorców do wzięcia udziału w 34. edycji Konkursu. To wyjątkowa szansa, by stać się wizytówką polskiej gospodarki.



Krzysztof Przybył, prezes Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego

Dziś kluczowe jest budowanie marki polskiej gospodarki. Z pewnością wyzwaniem to podejmują firmy, które startują w Konkursie „Teraz Polska”. Budując swoje marki, sięgają po wsparcie w postaci Godła „Teraz Polska”, które w rozumieniu konsumentów jest symbolem zaufania, najwyższej jakości, krajowego pochodzenia, prestiżu. Laureaci Konkursu „Teraz Polska” reprezentują to, co najlepsze w przedsiębiorczości. A jest ona najpotężniejszą siłą, która może zmieniać społeczeństwo i poprawiać życie jednostek. W swej istocie przedsiębiorczość polega na zidentyfikowaniu problemu, a następnie na odwadze i kreatywności, które pozwolą ów problem rozwiązać. Wiedzie do tego droga podejmowania ryzyka, eksperymentowania i wyciągania wniosków z porażek – nie jest to zatem droga łatwa. Lecz podążanie nią doprowadza do powstania czegoś nowego i

wartościowego, czego wcześniej nie było. A przemierzanie jej z solidnym wsparciem – Godłem „Teraz Polska” – zwiększa prawdopodobieństwo sukcesu.

Trwa przyjmowanie zgłoszeń do 34. edycji Konkursu „Teraz Polska”. Godło „Teraz Polska” jest najefektywniejszym i najbardziej rozpoznawalnym znakiem promocyjnym na polskim rynku. Rzetelnie wskazuje najlepsze polskie produkty, usługi i innowacje. Jest postrzegane przez Polaków jako wiarygodne oznaczenie najwyższej jakości i polskiego pochodzenia, czyli dwóch wartości najbardziej pożądanых przez polskich konsumentów.

Do udziału w Konkursie „Teraz Polska” zapraszamy wszystkie firmy działające na polskim rynku. Jeżeli firma prowadzi działalność gospodarczą od co najmniej 12 miesięcy a produkty (lub usługi), które chciałbyś wyróżnić znakiem „Teraz Polska” są dostępne na polskim rynku od minimum 6 miesięcy – może wziąć udział w Konkursie. Nie ma znaczenia wielkość firmy, branża w której działa ani skala. Najważniejszym kryterium oceny jest jakość oferowanych produktów i usług. Dlatego w gronie laureatów „Teraz Polska” znajdują się zarówno małe, lokalne, rodzinne firmy, jak i krajowi potentaci z sukcesami eksportowymi.

Laureaci otrzymują statuetkę „Teraz Polska” oraz prawo do posługiwania się Godłem „Teraz Polska” przez okres 12 miesięcy, z możliwością przedłużenia. Laureaci umieszczają Godło „Teraz Polska” bezpośrednio na nagrodzonym produkcie, a także w materiałach promocyjnych firmy i kampaniach reklamowych. Udział w Konkursie to szansa na potwierdzenie najwyższej jakości oferowanych produktów i usług, zwiększenie rozpoznawalności i zaufania klientów, wzmocnienie pozycji rynkowej. Wielu laureatów wykorzystuje również Godło „Teraz Polska”, wspierając działania eksportowe.

TERAZ POLSKA – Polacy wybierają produkty krajowego pochodzenia

źródło informacji: Teraz Polska