

Czy Polacy chcą kupować polskie produkty?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 23, czerwiec 2021 10:17

Joanna Gryboś-Chechelska

Odsłony: 542

W ramach kampanii społecznej „Polskie – kupuj to!” PGE Polska Grupa Energetyczna przeprowadziła badania, w których zapytała Polaków, co wpływa na ich decyzje zakupowe. Celem badania było zidentyfikowanie postaw zakupowych Polaków, a także pozyskanie ich opinii, co należałoby usprawnić, aby wybory polskich produktów były dla nich łatwiejsze.

Wyniki badań pokazują, że zapewnienie konsumentom łatwej identyfikacji pochodzenia produktu w momencie dokonywania zakupów, może realnie wpłynąć na decyzję, co trafi do ich koszyka zakupowego.

Przeprowadzone badania pokazują, że dla Polaków pochodzenie produktu ma istotne znaczenie. Taką postawę deklaruje aż 80 proc. badanych, którzy uważają, że w ten sposób wspierają rozwój polskich firm i producentów, zapewniając tym samym miejsca pracy.

Wyniki badań wskazują, że polskie pochodzenie produktu jest rozumiane przede wszystkim przez pryzmat tego, czy produkt jest wytwarzany w Polsce, z polskich surowców oraz przez firmę, która ma 100 proc. polski kapitał producenta. Dla 72 proc. badanych znaczenie polskiego pochodzenia produktów jest istotne przede wszystkim w kategorii zakupów spożywczych.

Co czwarty badany prawidłowo wskazuje na początkową kombinację cyfr w kodzie kreskowym oznaczającą polskość produktu. Niemalże co piąty (19%) nie pamięta dokładnej kombinacji, ale zna jej znaczenie. Natomiast 35% respondentów deklaruje, że w ogóle nie wiedziało o znaczeniu trzech pierwszych cyfr.

Zdecydowana większość badanych, przynajmniej sporadycznie, szuka informacji na temat tego, czy produkt jest polski. Robi tak 84 proc. respondentów. Prawie co dziesiąta osoba deklaruje, że robi to zawsze, a co trzecia, że robi to często. Głównym źródłem informacji o pochodzeniu produktu jest etykieta na opakowaniu, opcjonalnie także obecność specjalnego oznaczenia na opakowaniu lub Internet. Prawie trzy czwarte osób, które wzięły udział w badaniu zwraca uwagę na oznakowania produktów, mówiące o polskości produktu podczas robienia zakupów.

Blisko 90 proc. badanych zna lub widziało logo „Produktu Polskiego”, ponad 70 proc. wskazuje na znajomość „Teraz Polska”, a 28 proc. na „Polskie – kupuj to!”.

Źródło: IP