

Czy Polacy zwracają uwagę na kraj pochodzenia produktów?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 17, listopad 2021 09:24

Katarzyna Sekuła

Odsłony: 1191

Patriotyzm konsumencki to postawa kupujących, którzy w swoich wyborach produktu bądź usługi kierują się w istotnym stopniu informacją o kraju ich pochodzenia. Najczęściej przejawia się w częstszym kupowaniu rodzimych produktów, natomiast nie należy kojarzyć tego pojęcia z niechęcią bądź odrzuceniem dóbr importowanych.

Jak podaje PIE Polacy wykazują silną postawę patriotyzmu konsumenckiego - według badań, Polska plasuje się na 2. pozycji wśród dużych gospodarek UE w rankingu Buy Locally Index. Według innych danych, 9 na 10 polskich konsumentów twierdzi, że kraj pochodzenia produktu ma dla nich znaczenie, natomiast 59 proc. konsumentów chętniej sięga po produkty polskie niż importowane. Na kraj pochodzenia produktów największą uwagę zwracają osoby młode oraz kobiety, a najmniejszą uwagę zwracają osoby powyżej 60. roku życia

Popularność zjawiska wzrosła w ostatnich latach, co było spowodowane m.in. zwiększaniem świadomości społecznej oraz zachęcaniem konsumentów do nabywania lokalnych towarów, m.in. przez popularną kampanię informacyjną „Kupuj Świadomie – Produkt Polski”. Zgodnie z koncepcją moralności i odpowiedzialności, kupując rodzime produkty przyczyniamy się do rozwoju gospodarki, wzrostu poziomu życia społeczeństwa oraz tworzenia nowych miejsc pracy, a także dbamy o ekologię. Kupno rodzimych towarów przyczynia się do ochrony środowiska oraz naszej planety dzięki skróceniu procesu transportowego i jednocześnie ograniczeniu emisji CO₂.

COVID-19 również miał swój udział w popularyzacji postaw patriotyzmu konsumenckiego. W Polsce w czasie pandemii co piąta osoba częściej wybierała lokalne produkty żywnościowe, niż miało to miejsce wcześniej, a największy wzrost w konsumpcji polskich produktów odnotowano wśród artykułów spożywczych, kosmetyków, odzieży oraz obuwia.

Jak pokazują dane Banku Światowego, pomimo deklarowanego przywiązania Polaków do rodzimych produktów, import dóbr konsumpcyjnych w Polsce w ostatnich latach wzrósł i zmienia się podobnie jak wydatki na spożycie ostateczne. Wobec tych danych trudno mówić o spadku konsumpcji dóbr importowanych i wzroście konsumpcji produktów rodzimych.

Największym ograniczeniem w nabywaniu polskich produktów są ich ceny, a według badań to właśnie jakość i cena są najważniejszymi czynnikami w procesie decyzyjnym konsumenta. Przez to Polacy decydują się często na tańsze, importowane produkty o porównywalnej jakości. Zwiększanie etnocentryzmu konsumenckiego jest procesem długofalowym. Sytuacja pandemiczna pozwoliła na zwiększenie poziomu świadomości konsumentów, natomiast realnej zmiany można się spodziewać wraz z rozwojem gospodarczym Polski oraz poprawą sytuacji finansowej polskich gospodarstw domowych.

Więcej informacji [tutaj](#).

Źródło: PIE