

Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego



TERAZ POLSKA

# RAPORT 2023

---

Wysoka jakość, krajowe produkty  
i prestiż marki – wyniki sondażu  
„Teraz Polska”

Warszawa 2023

# Wstęp

Polacy podczas zakupów stawiają na jakość, wybierają produkty krajowego pochodzenia, wysoko cenią znak promocyjny - Godło „Teraz Polska”. Z wyników sondażu „Teraz Polska” 2023, które przedstawiamy w niniejszym raporcie, dowiadujemy się również, jak można zwiększyć sprzedaż produktu i usługi oraz prestiż marki. Zapraszamy do lektury.

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 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 Research Solutions Strategy, na próbie losowo wybranych 1011 dorosłych Polaków, w technice badawczej: CAWI.



**34** EDYCJA  
KONKURSU  
DLA FIRM

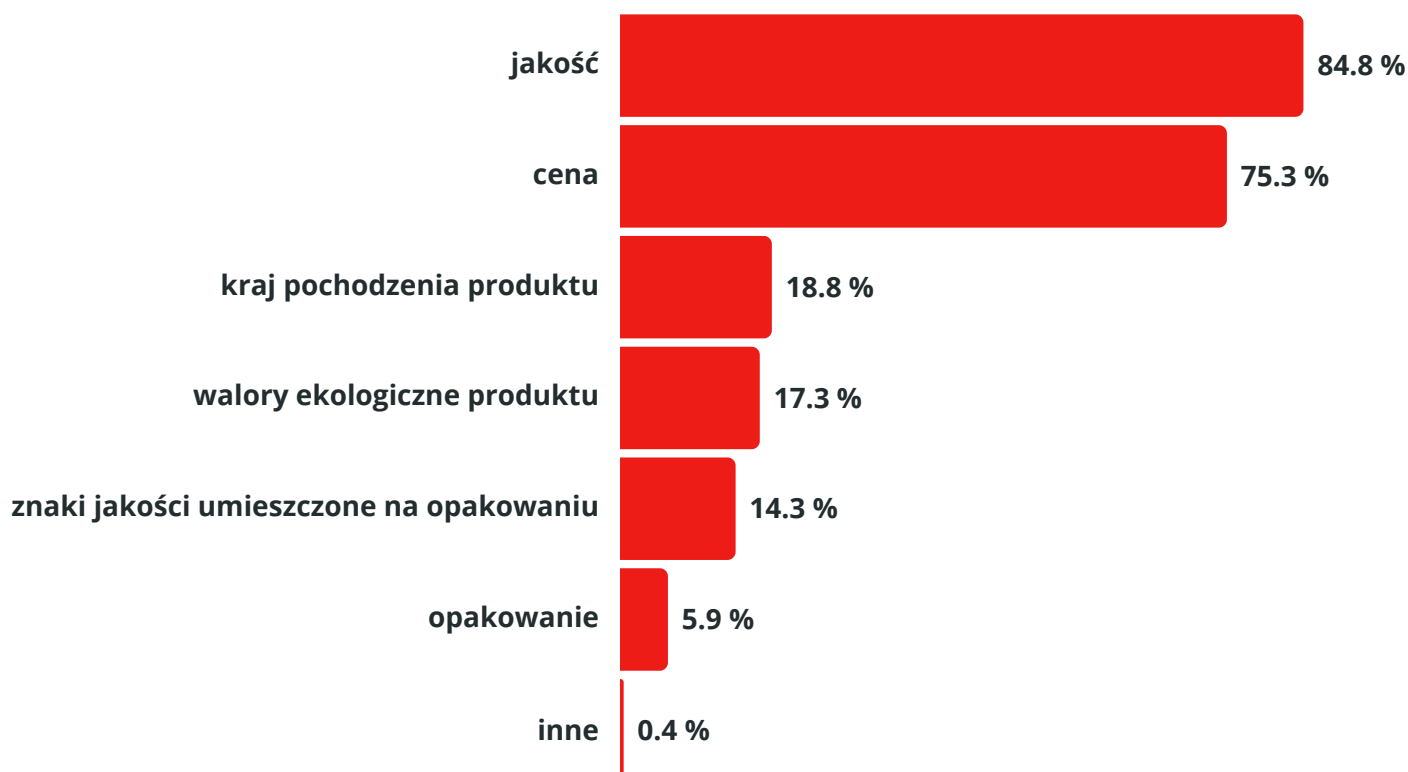


**ZGŁOŚ SIĘ**

# Jakość jeszcze ważniejsza

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.

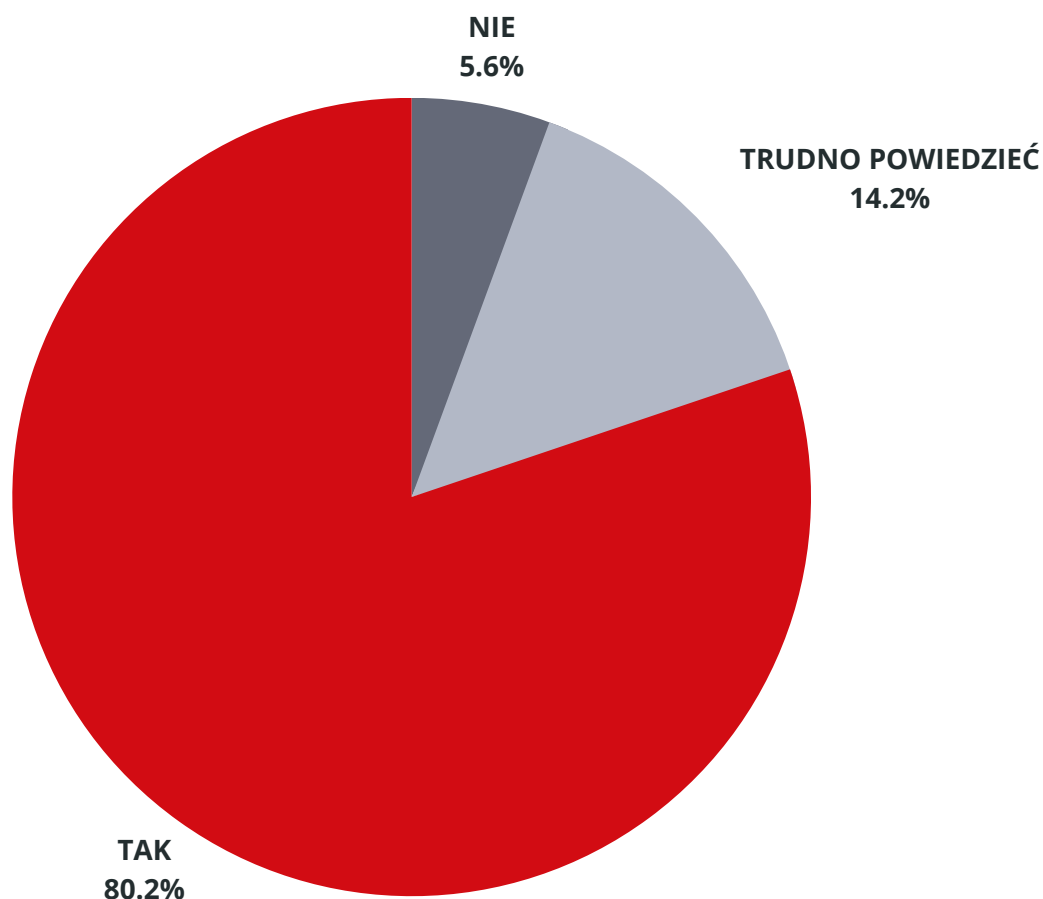
## CO JEST DLA PANI/PANA NAJWAŻNIEJSZE PODCZAS CODZIENNYCH ZAKUPÓW? Proszę o wybranie trzech odpowiedzi (N=1011, %)



Z badań wynika, że konsumenci są zarówno 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 wysoka jakość 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.

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



Wydaje się zatem, że wciąż uczymy się racjonalności konsumenckiej – 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.

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. Co więcej, kupowanie polskich produktów jest obecnie postrzegane jako jeden z przejawów patriotyzmu (26,8 proc.).

## CZYM JEST DLA PANA/I PATRIOTYZM DZIŚ?

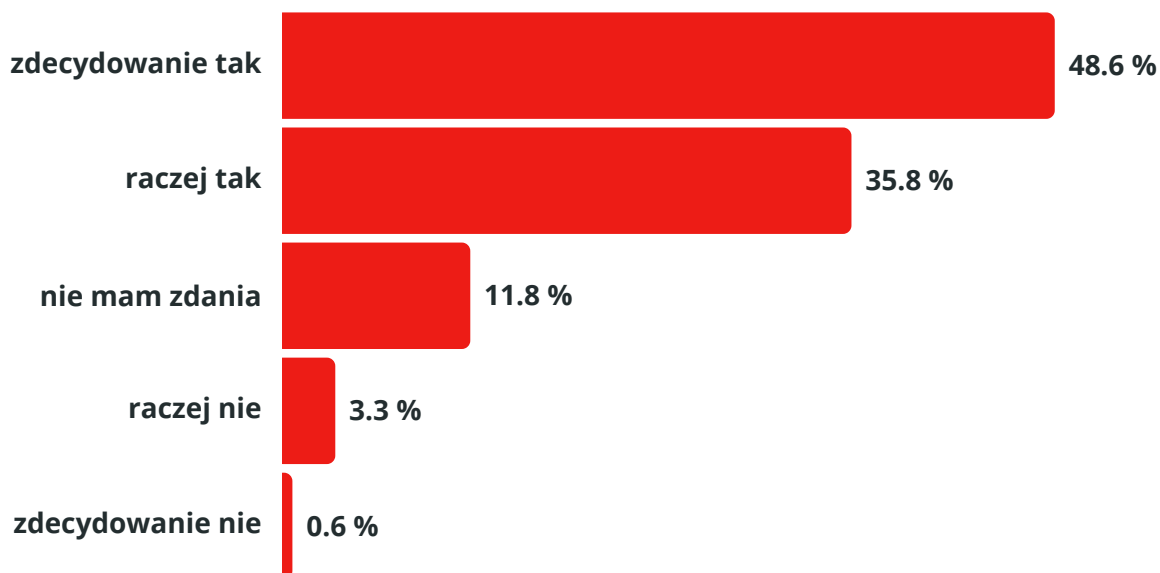
Proszę o wybranie max. trzech odpowiedzi (N=1 011, %)



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.

### **CZY ZGADZA SIĘ PAN/I ZE STWIERDZENIEM, ŻE MAJĄC MOŻLIWOŚĆ WYBORU, NALEŻY KUPOWAĆ PRODUKTY POLSKIEGO POCHODZENIA?**

(N=1 011, %)



# Okiem eksperta



**Michał Lipiński**  
dyrektor Konkursu „Teraz Polska”

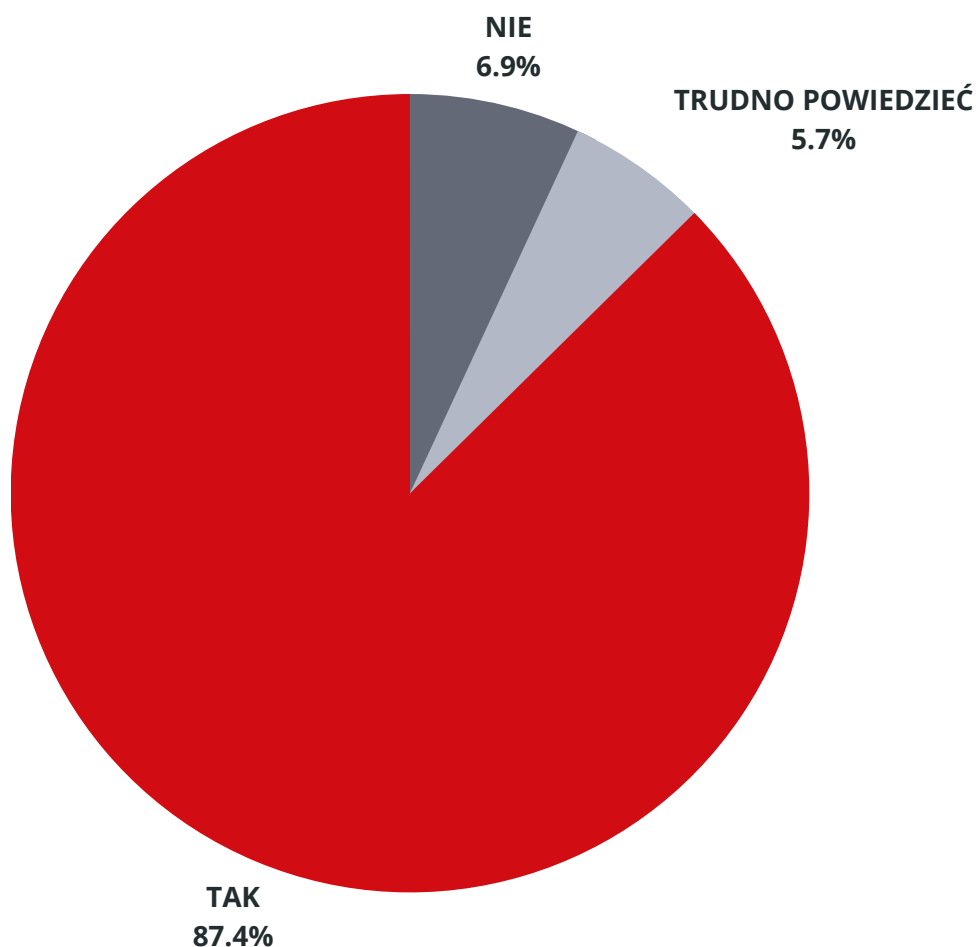
*Świadomość, że warto kupować polskie produkty i usługi, właściwie jest już powszechna wśród konsumentów. Oferta krajowych przedsiębiorców w niczym nie ustępuje zagranicznej, czego potwierdzeniem jest także rosnący eksport. Druga kwestia to czynnik ekonomiczny – nabywając krajowe produkty i usługi, mamy wpływ na to, gdzie trafią nasze pieniądze. Oczywiście w przypadku nabywania 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. Coraz częściej 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.*



# Godło „Teraz Polska”

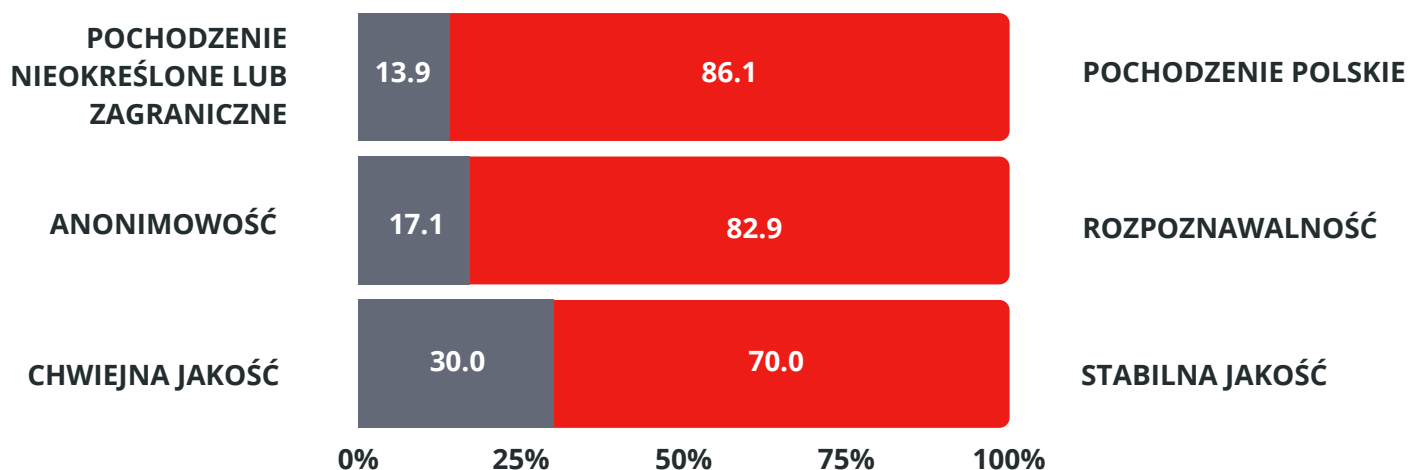
Od wielu lat Godło „Teraz Polska” należy do najbardziej rozpoznawalnych znaków promocyjnych w Polsce. Jego znajomość w badaniach ankietowych corocznie deklarowało 70–80 proc. respondentów. W tegorocznym badaniu znajomość Godła zadeklarowało rekordowe 87,3 proc. badanych. Rośnie rozpoznawalność i renoma 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, %)**

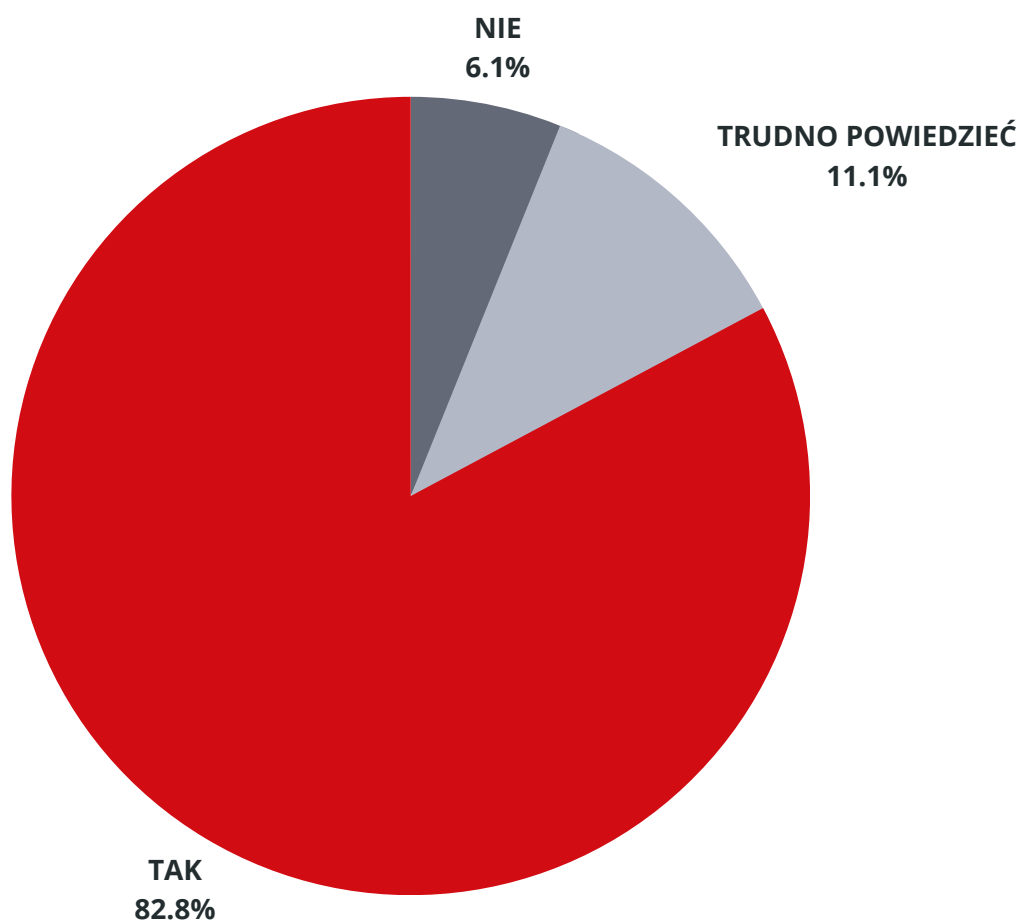


6,1% respondentów udzieliło odpowiedzi: Godło „Teraz Polska” z niczym mi się nie kojarzy.

Najważniejszą korzyścią wynikającą z posługiwania się przez firmę Godłem „Teraz Polska” jest zachęcenie konsumenta czy klienta do zakupu produktu i usługi nim oznaczonych. Laureaci konkursu dokonują swoich badań i deklarują pozytywny wpływ używania w promocji Godła „Teraz Polska” na wyniki sprzedażowe.

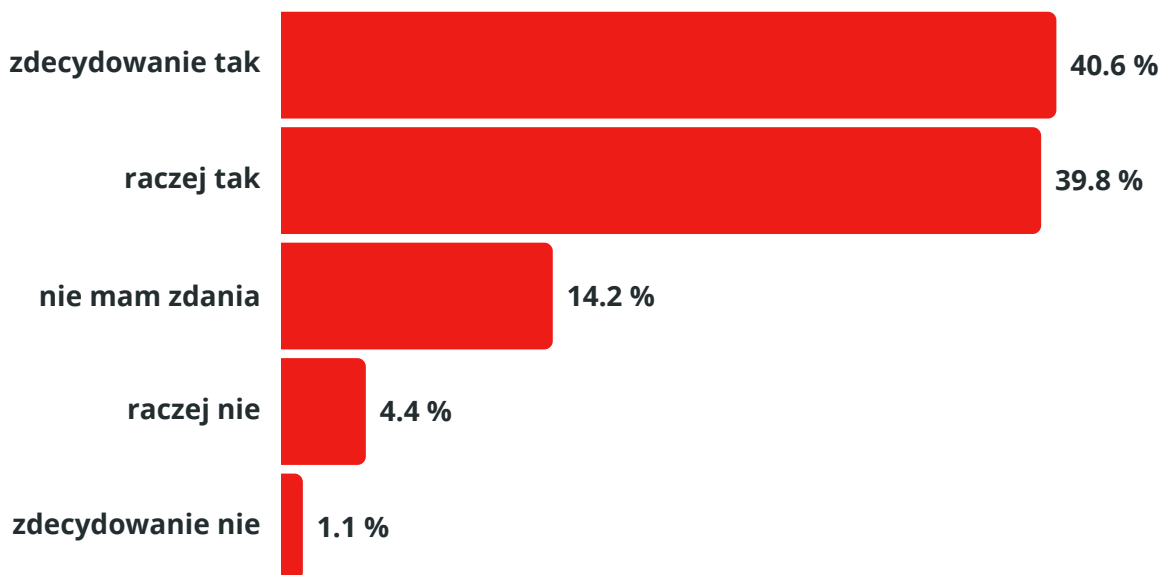
Zapytaliśmy zatem respondentów, czy znak „Teraz Polska” jest dobrym sposobem oznaczania wysokiej jakości produktów oraz usług i czy zachęca do ich zakupu. Aż 82 proc. badanych odpowiedziało twierdząco, co wydaje się być wyraźną przesłanką dla zarządzających biznesem, dyrektorów sprzedaży i marketingu, 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 ZACHĘCA DO ICH ZAKUPU? (N=1 011, %)**



Polskie marki odznaczają się rozpoznawalnością, zaufaniem konsumenta, ze względu na wysoką jakość, konkurencyjną cenę, która idzie w parze z walorami użytkowymi. Teraz walczą o prestiż. Tylko to pozwoli im dominować na krajowym rynku, ale również za granicą wygrywać z konkurencją. Czy w staraniach o wzmocnienie polskich marek może być pomocne Godło „Teraz Polska”? Zapytaliśmy respondentów, czy sądzą, że wyróżnienie firmy znakiem „Teraz Polska” wmacnia 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, %)**



# Okiem eksperta



**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.*

# Podsumowanie

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”.

*- 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 - mówi Michał Lipiński, dyrektor Konkursu „Teraz Polska”.*

**Jeśli jesteś zainteresowany uczestnictwem w Konkursie „Teraz Polska” i chcesz uzyskać więcej informacji, skontaktuj się z nami (tel. 22 826 01 91, e-mail: konkurs@terazpolska.pl).**



**34** EDYCJA  
KONKURSU  
DLA FIRM



**ZGŁOŚ SIĘ**

# Okiem eksperta



**dr Jarosław Górski**  
**ekonomista, adiunkt WNE UW,**  
**doradca Fundacji Polskiego Godła**  
**Promocyjnego**

*Pandemię mamy (prawdopodobnie) już za sobą, nie oznacza to jednak, że nastąpiły czasy spokojne dla gospodarki i dla konsumentów. Polacy stojąc przed półką sklepową dokonują wyborów, mając z tyłu głowy wyzwania dotyczące inflacji, wojny w Ukrainie i jej wpływu na naszą gospodarkę, niepewnej sytuacji makroekonomicznej i politycznej. Czy niepokoje konsumenckie zwiększają, czy też raczej zmniejszają racjonalność podejmowanych decyzji? Omówione wyżej badania zdają się sugerować, że obawy o pracę, dochód i jego siłę nabywczą oraz troska o zapewnienie lub utrzymanie wysokiej jakości życia, sprzyjają wzrostowi świadomości konsumenckiej i bardziej przemyślanym decyzjom. Jakość wyraźnie wygrywa z ceną w walce o pierwsze kryterium wydawania pieniędzy, co może oznaczać dalszy wzrost znaczenia relacji ceny do jakości i chęci podążania za trendem zrównoważonej, tj. ilościowo ograniczonej, ale jakościowo wysokiej konsumpcji. Respondenci są w przytłaczającej większości zgodni, że warto zapłacić za wysoką jakość. Uzyskane wyniki mogą również oznaczać, że pomimo inflacji ankietowani nie odczuli realnego spadku siły nabywczej swoich portfeli. Chętnie sięgamy po produkty nie tylko „dobre” (w tym ze znakami jakości), ale też wspierające polską gospodarkę i ekologiczne. Znakiem rozpoznawczym produktów wysokiej jakości, pochodzących z Polski, ze stabilną jakością pozostaje niezmiennie – w opinii polskich konsumentów – Godło „Teraz Polska”.*

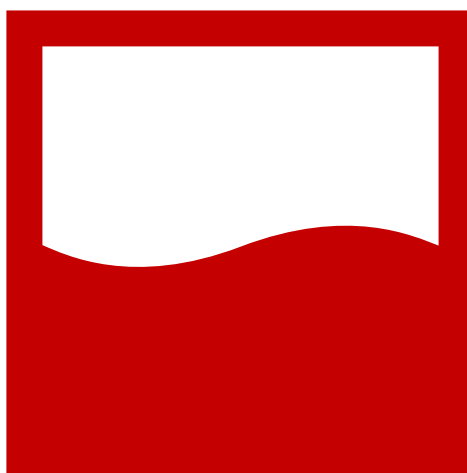
# Zapraszamy do udziału w Konkursie „Teraz Polska”

Obecnie jakość nie jest definiowana już tylko przez trwałość i niezawodność produktów oraz ich wzornictwo, istotne jest także, w jakich warunkach zostały wyprodukowane, jaki mają wpływ na środowisko, czy spełniają ważne potrzeby, są nowoczesne i użyteczne. I właśnie takie produkty i usługi są obecnie nagradzane Godłem „Teraz Polska”, a **rzetelność procedur i zasady Konkursu powodują, że jest to znak cieszący się największą rozpoznawalnością, renomą i zaufaniem na polskim rynku.**

Zachęcamy prezesów, przedsiębiorców, menedżerów do zgłaszania produktów i usług do 34. edycji Konkursu „Teraz Polska”. Udział w niej powinien być naturalną konsekwencją dla wszystkich, którzy w prowadzeniu działalności gospodarczej kierują się wartościami i kreatywnością oraz oferują produkty i usługi mogące stać się niezaprzeczalną wizytówką polskiej gospodarki.







**TERAZ POLSKA**

**Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego**

ul. Górskiego 1, 00-033 Warszawa

NIP: 5251569438, KRS: 0000121597

**Biuro Konkursu „Teraz Polska”**

konkurs@terazpolska.pl

tel. 22 826 01 91

**Dyrektor Konkursu „Teraz Polska”**

Michał Lipiński

m.lipiński@terazpolska.pl

**Kontakt dla mediów**

kamilbroszko@terazpolska.pl

tel. 506 000 253