



KANTAR PUBLIC

Opinie i doświadczenia polskich konsumentów w zakresie występowania podwójnej jakości produktów

Raport Kantar Public dla Urzędu Ochrony
Konkurencji i Konsumentów

Grudzień 2017

Badanie opinii wśród ogółu Polaków oraz osób mieszkających przez dłuższy czas za granicą

Podstawowe cele badania

W ostatnim czasie w przestrzeni publicznej często poruszany jest problem występowania różnic w jakości takich samych produktów, w zależności od rynku, na który są produkowane. Mówi się wtedy o problemie produktów podwójnej jakości. Temat nie tylko jest szeroko komentowany w mediach, ale również wzbudza zainteresowanie Komisji Europejskiej. Czy w Polsce w opinii Polaków mamy do czynienia z podwójną jakością produktów? Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postanowił sprawdzić, jakie są w tym zakresie opinie oraz doświadczenia Polaków. Czy problem istnieje tylko w komunikacji medialnej, czy jest to coś co istnieje także w świadomości Polaków i na co dzień zauważają różnice w jakości nabywanych produktów. Badanie opinii społecznej zostało przeprowadzone wśród ogółu Polaków, a także uzupełnione o wywiady z Polakami, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali dłuższy czas za granicą.



Dane w raporcie

Wszystkie prezentowane na wykresach wyniki są przedstawione w wartościach procentowych. Udziały procentowe zaokrąglone są do liczb całkowitych. Oznacza to, że w niektórych przypadkach, tj. w pytaniach jednoodpowiedziowych, wyniki mogą nie sumować się do 100%.

Przebieg badania – dwa moduły

1 Badanie omnibus

Badanie CAPI



Termin badania: 24 – 29 listopada 2017



Technika: wywiady bezpośrednie wspomagane komputerowo (CAPI).
Badanie Omnibus



Próba: ogólnopolska, reprezentatywna próba 1049 mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat

2 Badanie telefoniczne

Badanie CATI



Termin badania: 27 listopada – 6 grudnia 2017



Technika: wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo (CATI)



Próba: 500 Polaków, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

1

Opinie dotyczące występowania produktów różnej jakości

Podsumowanie

Opinie dotyczące występowania produktów różnej jakości



Opinie dot. różnic i źródła informacji



Opinie dot. produktów różnej jakości



Definiowanie różnej jakości

Co trzeci Polak jest zdania, że produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek dostępnych w innych krajach europejskich. Badani najczęściej deklarują, że informacje o występowaniu różnic w jakości czerpią ze swojego doświadczenia, a także z opinii i doświadczeń bliskich i znajomych. Ogólnie rzecz biorąc, osoby, które kiedykolwiek zakupiły dokładnie takie same produkty, w kraju i za granicą jeszcze silniej niż ogół Polaków są przekonane o występowaniu różnic w jakości. Jeszcze częściej o różnicach w jakości produktów są przekonane także osoby, które mieszkały przez dłuższy czas za granicą.

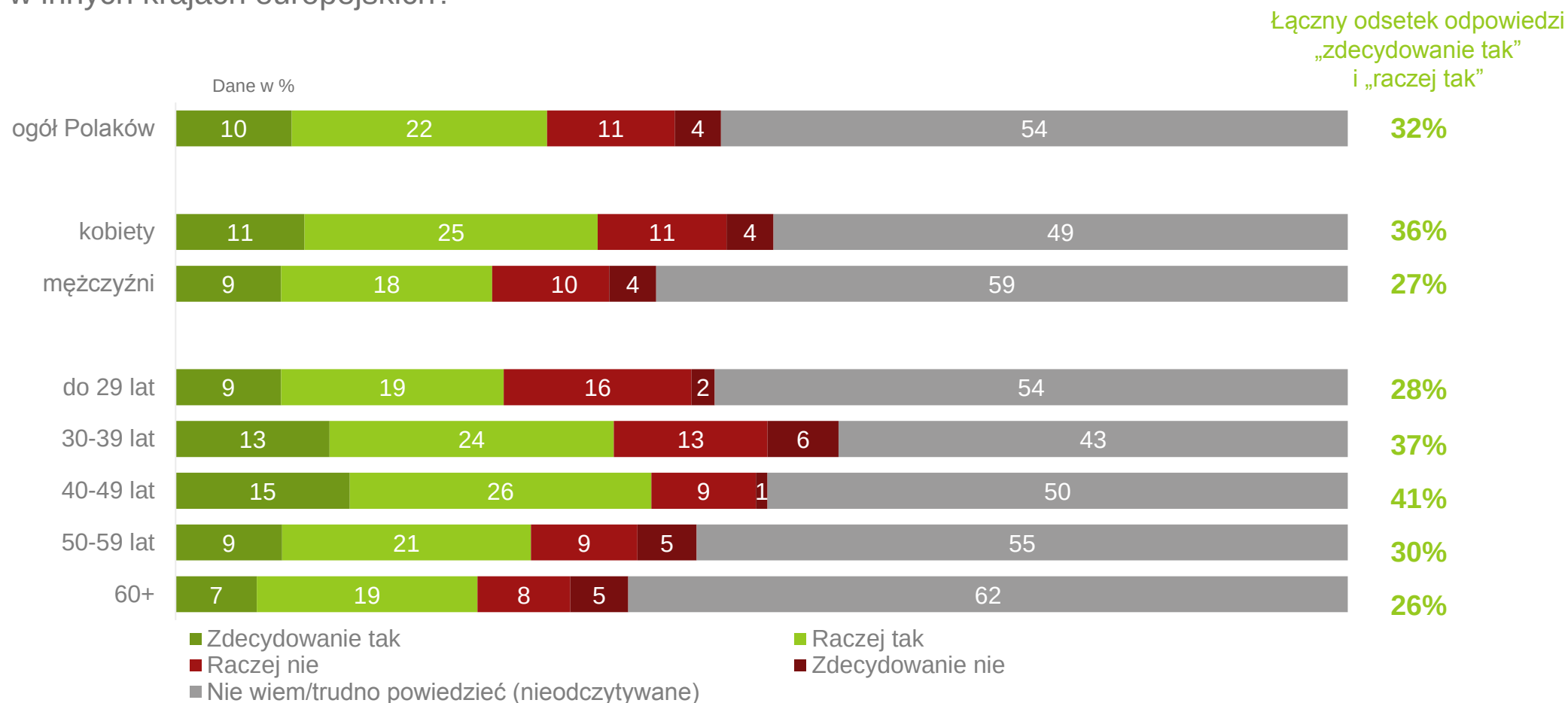
Zdaniem badanych, różnice występują głównie w przypadku produktów z zakresu chemii gospodarczej/kosmetyków oraz żywności. Te kategorie pojawiają się w wypowiedziach respondentów najczęściej, niezależnie od posiadanych przez nich doświadczeń zakupowych takich samych produktów tych samych marek.

Konkretnie, zdaniem badanych, różnice w jakości dotyczą środków piorących, a także słodczy – czekolad, wyrobów cukierniczych, kawy, herbaty oraz wędlin i przetworów mięsnych.

Co oznacza zatem dla badanych różnica w jakości produktów? Warto zauważyć, że różnice w jakości badani częściej postrzegają jako wykorzystanie do produkcji materiałów/składników niższej jakości niż jako różnice w składzie produktów, inną ich zawartość w poszczególnych produktach. Co więcej, częściej niż na inną zawartość składników wskazują, że o różnej jakości takich samych produktów tych samych marek świadczą różnice sensoryczne.

Opinie na temat różnic w jakości wśród ogółu Polaków

Czy Pana(i) zdaniem produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek dostępnych w innych krajach europejskich?

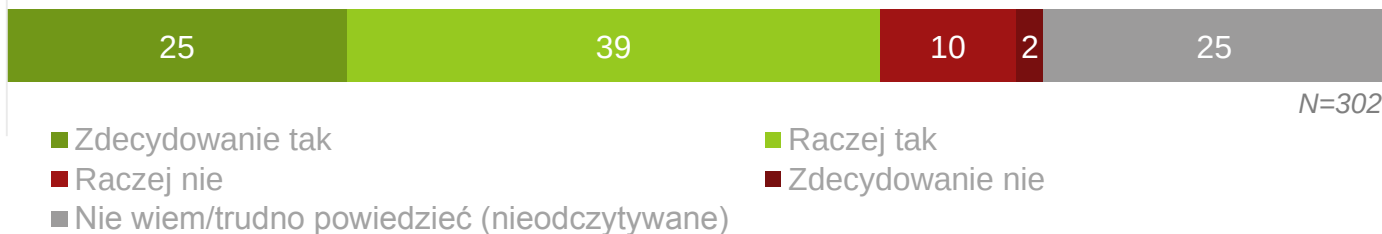


N=1049, próba ogólnopolska

Opinie na temat różnic w jakości wśród ogółu Polaków

Ponad połowa Polaków (54%) ma problem z określeniem swojej opinii w kwestii różnic, bądź ich braku, między takimi samymi produktami w Polsce i w innych krajach. Niespełna jedna trzecia ogółu Polaków (32%) jest jednak zdania, że produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek, które są dostępne w innych krajach europejskich. Generalnie to kobiety częściej niż mężczyźni są zdania, że takowe różnice występują. Zdecydowanie częściej (64%) to zdanie podzielają także osoby, które miały okazję zakupu takich samych produktów, dostępnych zarówno w Polsce, jak i za granicą. Oznacza to, że sam fakt zakupu i możliwości porównania dwóch, wydawałoby się takich samych, produktów wpływa na wzrost przekonania, że produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów dostępnych w innych krajach europejskich.

Wyniki wśród osób, które miały doświadczenia z zakupem takich samych produktów tych samych marek dostępnych zarówno w Polsce, jak i za granicą*

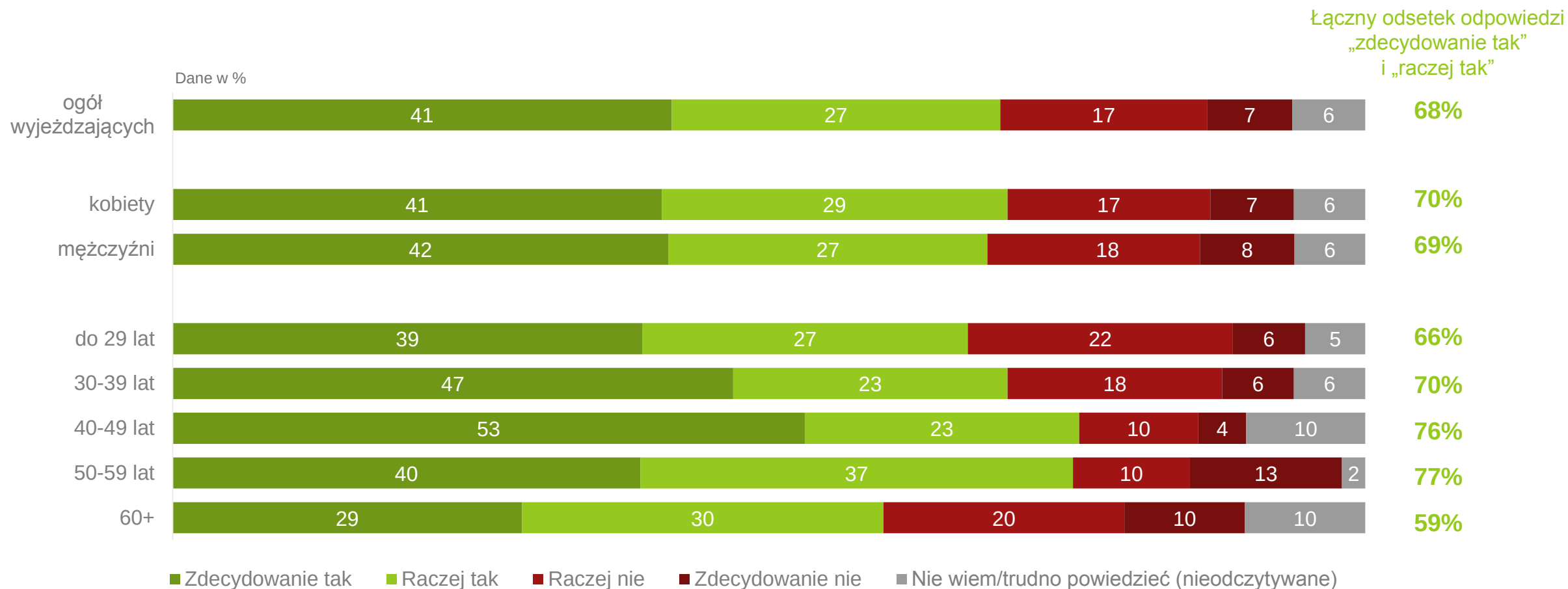


*Na podstawie pytania: Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(Pani) taki sam produkt tej samej marki, który jest dostępny zarówno w Polsce, jak i w innych krajach europejskich?



Opinie na temat różnic w jakości wśród osób mieszkających przez dłuższy czas za granicą

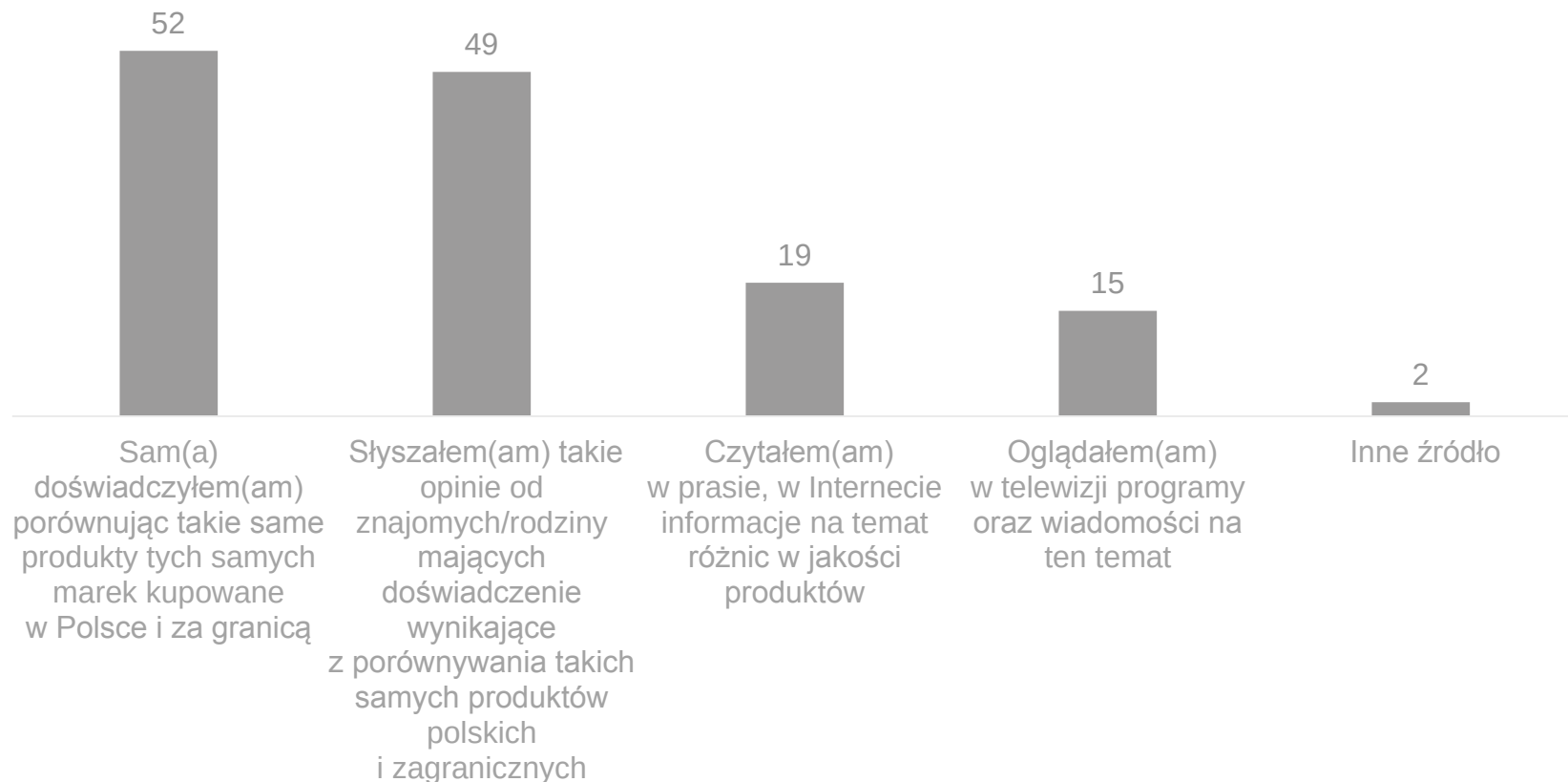
Czy Pana(i) zdaniem produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek dostępnych w innych krajach europejskich?



N=500, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

Źródła informacji o występowaniu różnic w produktach

Proszę zaznaczyć wszystkie źródła informacji skąd czerpie Pan(i) wiedzę na temat występowania różnic w jakości takich samych produktów tych samych marek dostępnych w różnych krajach europejskich?



Osoby, które są zdania, że produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek dostępnych w innych krajach, czerpią tę wiedzę głównie ze swojego doświadczenia (52%) oraz doświadczeń i opinii bliskich, znajomych (49%).

N=330, osoby, które uważają, że produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek dostępnych w innych krajach europejskich

Opinie dot. produktów różnej jakości

W przypadku jakich takich samych produktów tych samych marek występują, Pana(Pani) zdaniem, różnice w ich jakości w poszczególnych krajach?



Największe różnice w jakości występują, zdaniem badanych, w przypadku takich produktów jak chemia gospodarcza, kosmetyki – uważa tak co trzeci Polak – oraz żywność – w opinii co czwartego Polaka. W przypadku chemii gospodarczej, kosmetyków, zdecydowana większość osób jest zdania, że problem różnej jakości dotyczy głównie proszków, płynów do prania. W dalszej kolejności wskazywano środki czyszczące, np. płyny do podłóg, mleczka do czyszczenia, a także produkty higieniczne – żele pod prysznic, mydła.

Z kolei produkty żywnościowe, które zdaniem respondentów różnią się jakością w poszczególnych krajach to najczęściej czekolady i wszelkie wyroby cukiernicze i ciastkarskie. W dalszej kolejności respondenci wskazywali na kawy/herbaty oraz wędliny i przetwory mięsne.

■ N=1049, próba ogólnopolska ■ N=330, osoby, które są zdania, że występują różnice

Żywność

Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



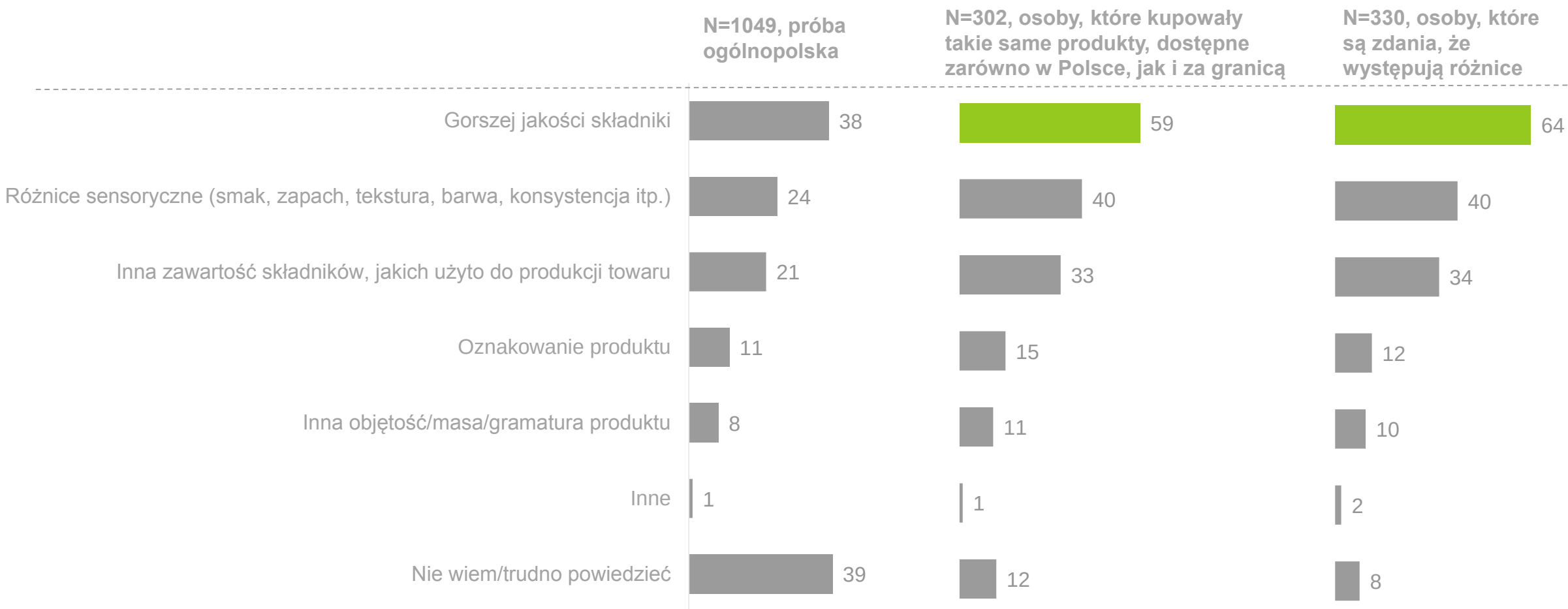
Chemia gospodarcza, kosmetyki

Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



Definiowanie różnej jakości

Jakie cechy produktu Pana(Pani) zdaniem świadczą o różnej jakości takich samych produktów tych samych marek?



2

Zwyczaje zakupowe Polaków

Podsumowanie

Zwyczaje zakupowe Polaków



Zgodnie z deklaracjami Polaków, trzy główne czynniki decydujące o wyborze danego produktu to skład, okres przydatności oraz marka. Marka produktu to element najbardziej różnicujący i znaczący dla poszczególnych pokoleń konsumentów. Istotnie częściej marka ma znaczenie dla młodszych niż dla starszych Polaków.

Prawie co drugi badany deklaruje gotowość zapłacenia wyższej ceny za produkt w zamian za wyższą jego jakość. Świadczy to o dużym znaczeniu jakości.

Zwyczaje zakupowe

Na co, oprócz ceny, zwraca Pan(Pani) uwagę kupując produkty?



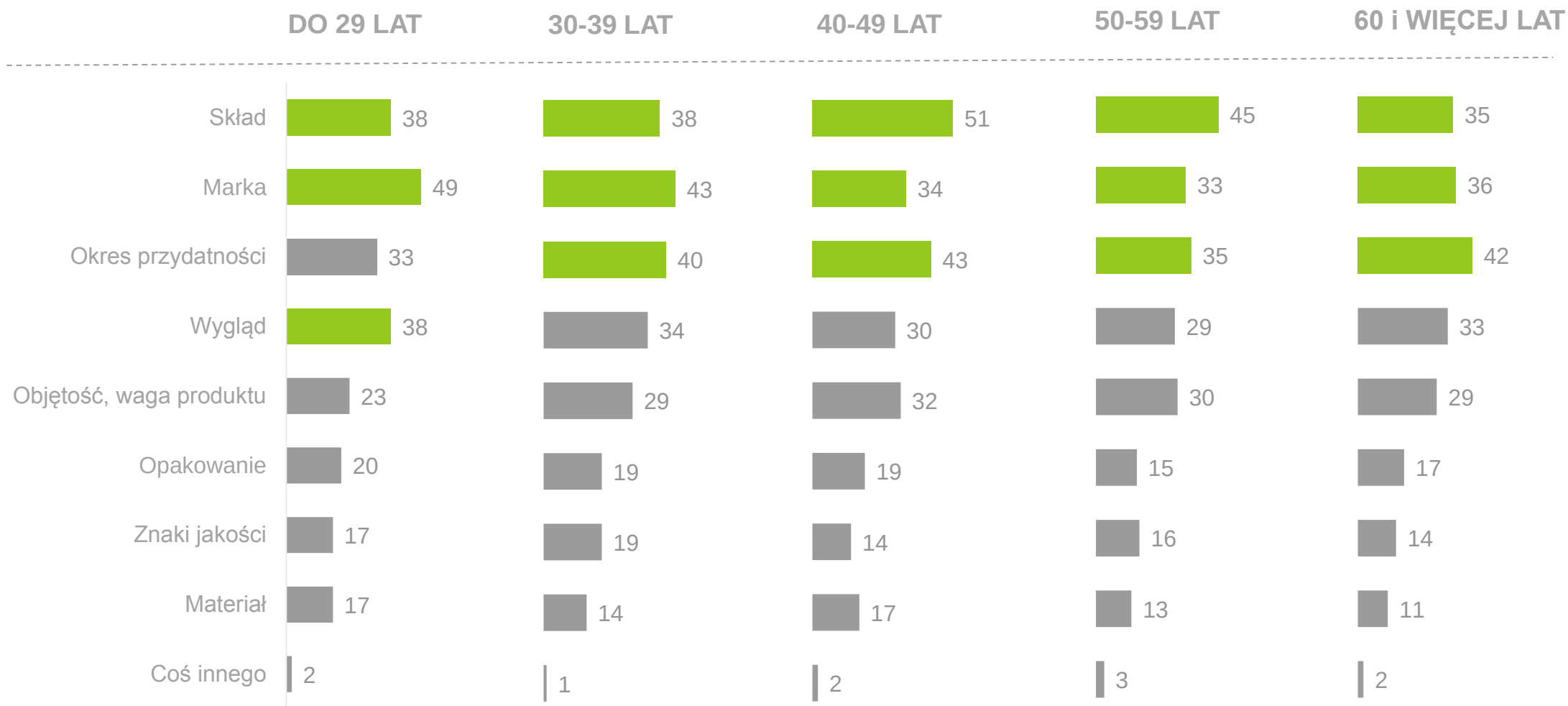
40% Polaków przyznaje, że kupując produkty zwraca uwagę na ich skład. Dla Polaków ważny jest również okres przydatności oraz marka (39% wskazań dla każdej odpowiedzi). Dla najmłodszej grupy respondentów – osób do 29 roku życia – częściej niż dla starszych badanych, znaczenie przy zakupie produktów ma marka oraz wygląd produktu.

Na skład kupowanych produktów zwracają uwagę częściej osoby lepiej wykształcone niż osoby z niższym wykształceniem.

N=1049, próba ogólnopolska

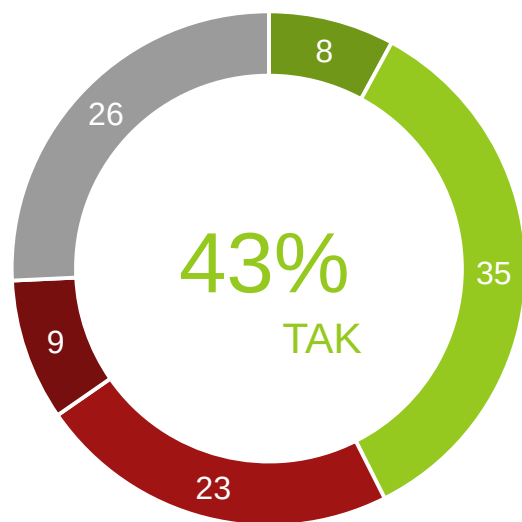


WIEK



Gotowość zapłacenia wyższej ceny za wyższą jakość

Czy był(a)by Pan(Pani) skłonny(a) zapłacić wyższą cenę za taki sam produkt tej samej marki, ale lepszej jakości?



- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie
- Nie wiem/trudno powiedzieć

Deklaracje Polaków wskazują, że jakość produktu jest dla nich istotna. Prawie połowa badanych twierdzi bowiem, że byłaby skłonna zapłacić więcej za taki sam produkt takiej samej marki, gdyby wiedziała, że jest on lepszej jakości.

Różnice w jakości takich samych produktów tych samych marek nie wynikają jednak wyłącznie ze składu produktu i tego, że ten skład się różni. Najczęściej badani są zdania, że różnice w jakości to przede wszystkim jakość składników użytych do produkcji.

N=1049, próba ogólnopolska

3

Doświadczenia w zakresie występowania produktów podwójnej jakości

Podsumowanie

Doświadczenia w zakresie występowania produktów podwójnej jakości



Doświadczenia statystycznego Polaka

Co trzeci Polak dokonał zakupu takiego samego produktu tej samej marki dostępnego w kraju, jak i za granicą. Połowa spośród tych osób zauważyła różnice podczas porównywania produktów. Okazało się, że proszki do prania to produkty, w których Polacy najczęściej widzą różnice w jakości. Dostrzegane różnice w jakości dotyczą generalnie skuteczności produktów.



Porównanie doświadczeń z Polski z doświadczeniami z innych krajów

Najliczniej w ciągu ostatnich 5 lat, Polacy przebywali przez dłuższy czas w takich krajach jak Niemcy i Wielka Brytania. Porównując swoje doświadczenia zakupowe z tamtych krajów oraz z Polski, większość przyznaje, że istnieją różnice w takich samych produktach tych samych marek. Różnice pojawiają się najczęściej – zdaniem badanych – w jakości chemii gospodarczej/kosmetyków oraz żywności. Głównie są to proszki do prania, ale nie tylko. Wiele osób wymieniało słodczyce, wędliny, nabiał, czyli tak zwane dobra szybkozbywalne. Większość osób przyznała, że zna język kraju, w którym przebywała i można sądzić, że nie byłoby dla nich problemem przeczytanie informacji zawartych na etykiecie produktu. Okazało się jednak, że przy ocenie dotyczącej tego, czy podane produkty są identyczne czy też nie, kierują się głównie marką, a w dalszej kolejności składem, który można odczytać na opakowaniu.

3.1

Wśród ogółu Polaków

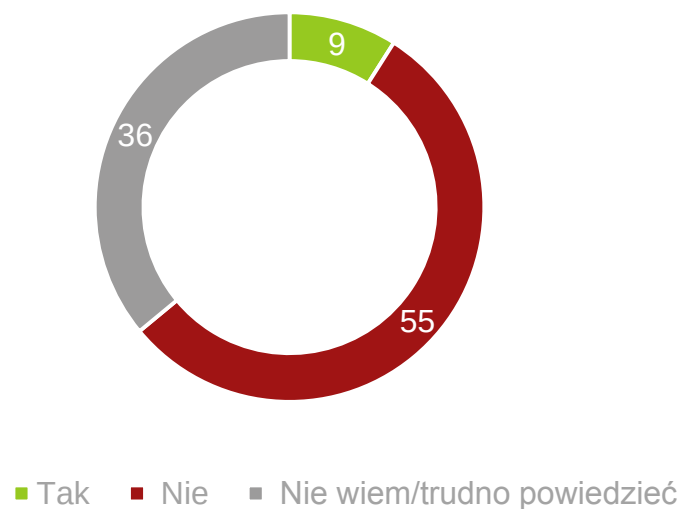


Zakup takich samych produktów dostępnych w Polsce i za granicą

Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(Pani) taki sam produkt tej samej marki, który jest dostępny zarówno w Polsce, jak i innych krajach europejskich?



Czy ktoś z Pana(Pani) bliskich, rodziny, znajomych spotkał się z różną jakością takich samych produktów tych samych marek porównując produkty zakupione w Polsce i za granicą?



14% przyznaje, że kupiło kiedykolwiek taki sam produkt tej samej marki podczas pobytu za granicą, a 16% deklaruje, że dokonało zakupu takich samych produktów w Polsce, które generalnie zostały wyprodukowane do sprzedaży na innym rynku niż polski.

Doświadczenia z zakupem takich samych produktów tych samych marek mają częściej kobiety niż mężczyźni (16% za granicą, 19% w Polsce), a także osoby lepiej wykształcone niż te z niższym wykształceniem.

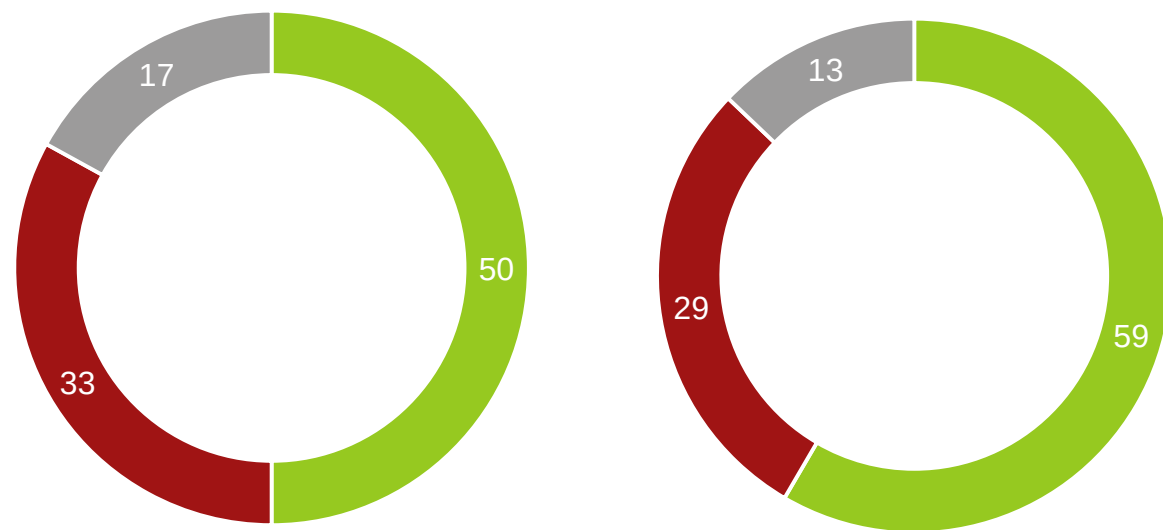
Co trzeci Polak zapytany o doświadczenia bliskich w tym zakresie przyznaje, że nie ma wiedzy czy ktoś z bliskich, rodziny, znajomych spotkał się z sytuacją różniących się produktów. 9% badanych deklaruje natomiast, że była taka sytuacja wśród jego najbliższych.

N=1049, próba ogólnopolska

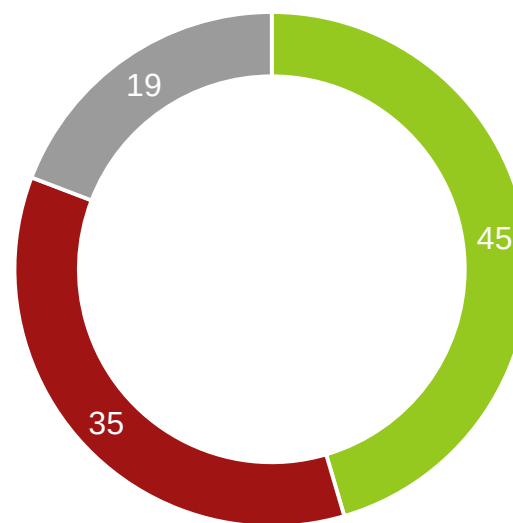
Dostrzeganie różnic zakupionych produktów

Czy kupując takie same produkty tych samych marek dostępne na polskim i europejskim rynku zauważył(a) Pan(Pani) między nimi różnice?

Zakup podczas pobytu za granicą



Zakup w Polsce



■ Tak ■ Nie ■ Nie pamiętam

Półowa osób, które kupiły kiedykolwiek ten sam produkt tej samej marki przyznaje, że zauważyła między nimi różnice. Różnice częściej dostrzegły osoby, które dokonywały takiego zakupu za granicą – 59% przyznaje, że zauważyło różnice.

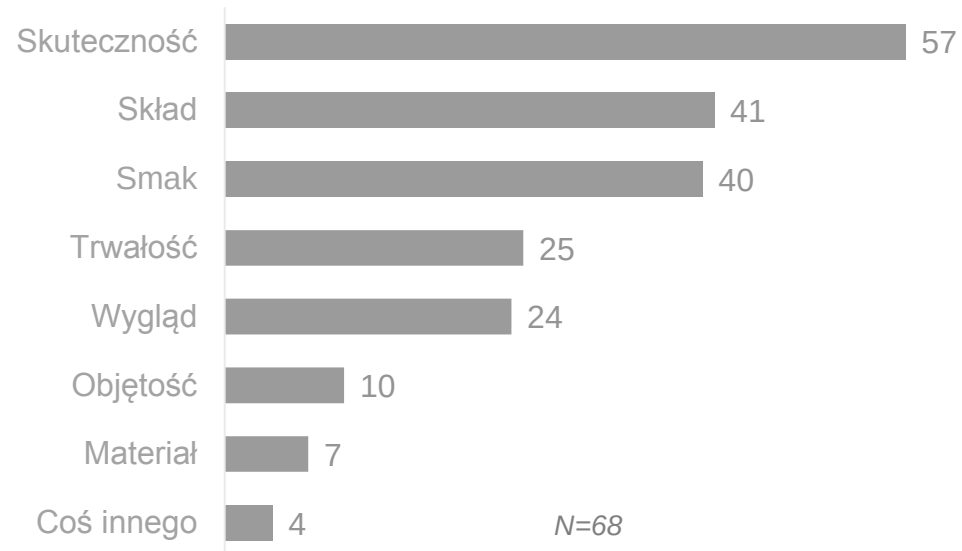
N=302

Zakup podczas pobytu za granicą – różnice w produktach

Proszę wskazać jakich produktów dotyczyły te różnice?



Czego dotyczyły te różnice?

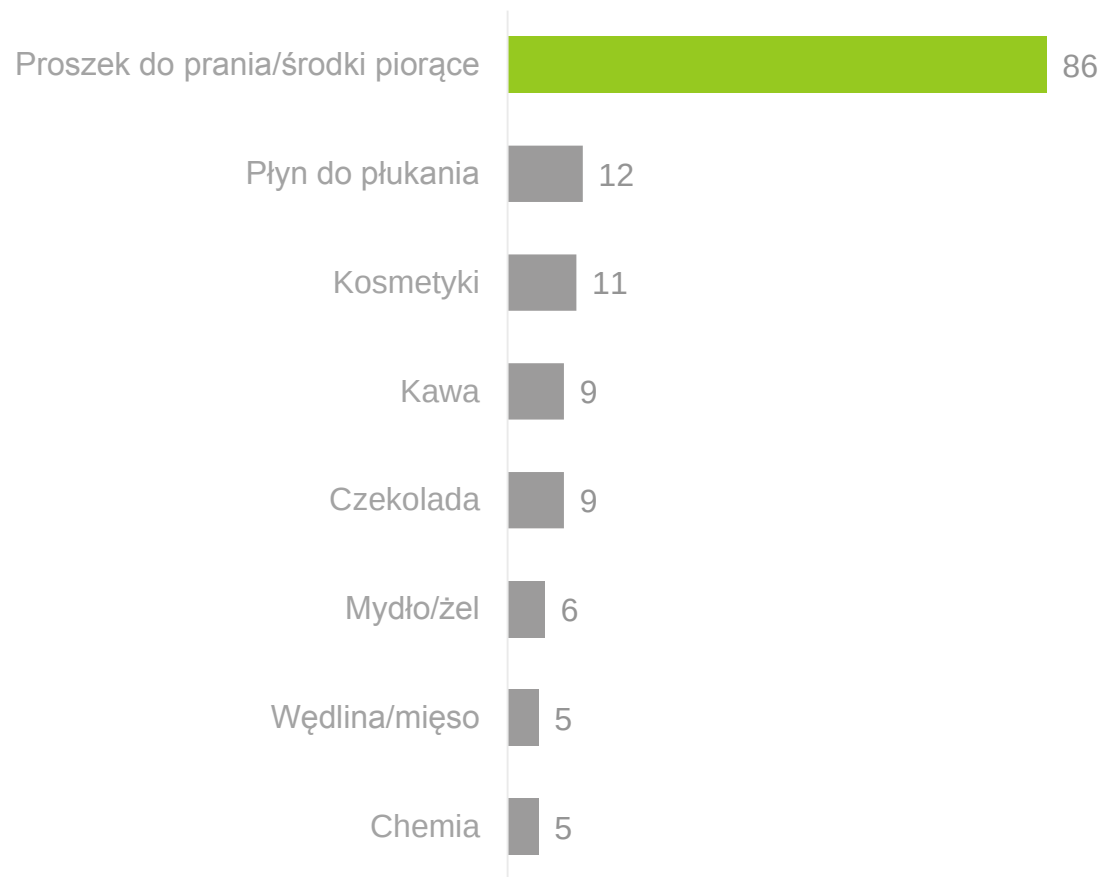


Najczęściej zauważane różnice dotyczyły produktów kupionych na terenie Niemiec. Do tego zresztą kraju najczęściej, zgodnie z deklaracjami, w ostatnim czasie podróżowali Polacy. Różnice występowały przede wszystkim w produktach do prania – proszki do prania/środki piorące, a dotyczyły przede wszystkim skuteczności obu produktów. Generalnie, nawet jeśli są zauważane różnice w jakości to nie jest powszechne, aby zgłaszać w związku z tym reklamacje.

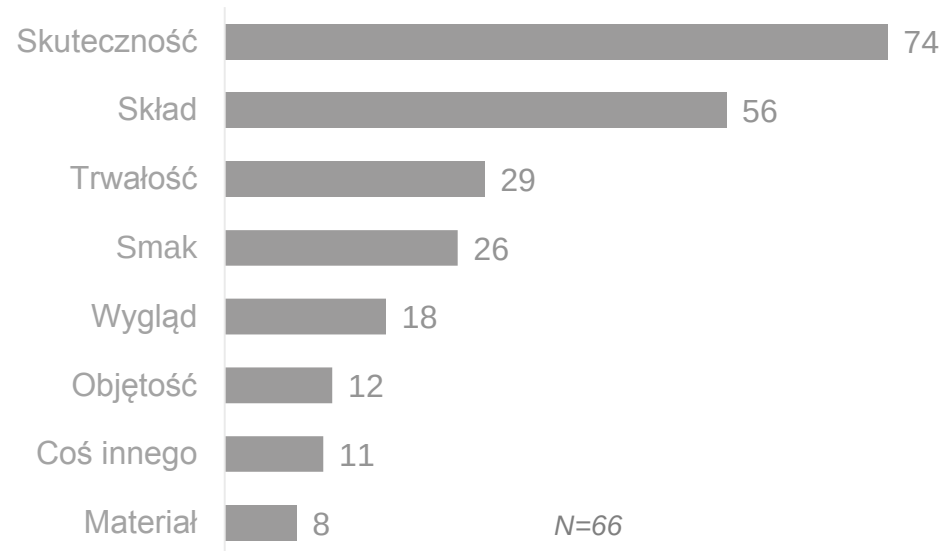
N=68, próba ogólnopolska; Polacy, którzy deklarują zakup produktów na terenie Niemiec

Zakup w Polsce – różnice w produktach

Proszę wskazać jakich produktów dotyczyły te różnice?



Czego dotyczyły te różnice?



Najczęściej zauważane różnice dotyczyły produktów, które były wyprodukowane do sprzedaży na rynku niemieckim. Konsumentów zauważyli różnice przede wszystkim w produktach do prania – proszki do prania/środki piorące, a dotyczyły przede wszystkim skuteczności obu produktów – 74% oraz składu 56%. Żadna z osób, które zauważyły różnice w jakości obu produktów, nie zgłosiła reklamacji.

N=66, próba ogólnopolska; Polacy, którzy deklarują zakup produktów w Polsce, które były wyprodukowane na rynek niemiecki

3.1

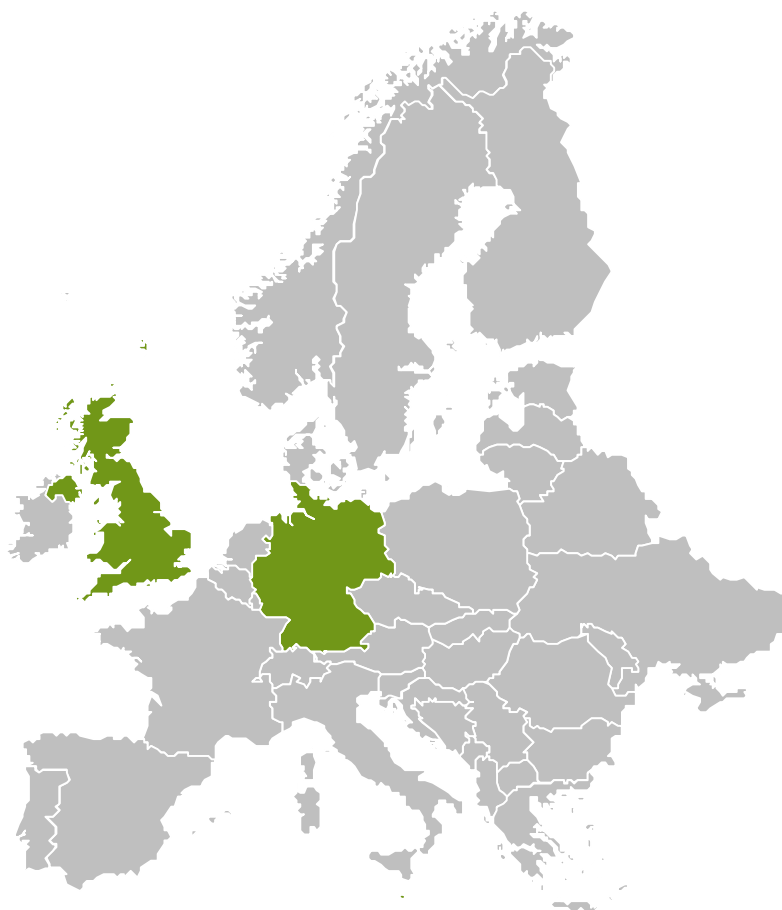
Wśród Polaków, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące



Pobyt w poszczególnych krajach w ciągu ostatnich 5 lat przez co najmniej dwa miesiące

Czy w ciągu ostatnich 5 lat był(a) Pan(i) przez co najmniej dwa miesiące w krajach europejskich, czy też na innym kontynencie? / W jakich krajach Pan(i) był(a)?

	DE	34%		SK	2%
	UK	15%		EE	1%
	NL	11%		DK	1%
	FR	7%		RU	1%
	BE	6%		BG	1%
	IT	6%		FI	1%
	NO	4%		RO	1%
	AT	4%	RESZTA ŚWIATA 12%		
	SE	4%			
	ES	3%			
	IE	3%			
	CZ	2%			
	UKR	2%			
	CHE	2%			



Okazało się, że Polacy w ciągu ostatnich 5 lat najczęściej przebywali w Niemczech, mieszkając tam, pracując itp. Przez przynajmniej dwa miesiące (co trzeci badany).

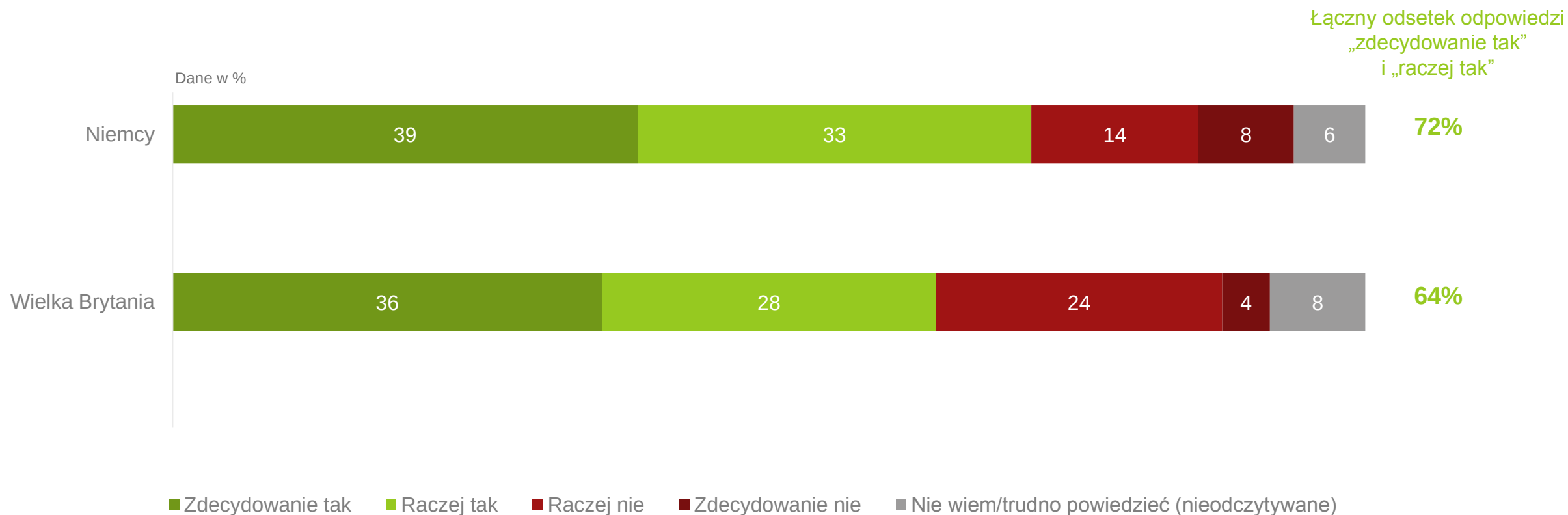
W dalszej kolejności co najmniej dwa miesiące Polacy spędzili w Wielkiej Brytanii (15%) i Holandii (11%).

Analizując dane dotyczące doświadczeń w zakupie takich samych produktów tych samych marek zostaną wzięte pod uwagę właśnie dwa najczęściej uczęszczane kraje – Niemcy oraz Wielka Brytania.

Niemcy N=171, Wielka Brytania N=75

Opinie na temat różnic w jakości

Myśląc o (Niemcy, Wielka Brytania), to czy ogólnie rzecz biorąc Pana(i) zdaniem, produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek od tam dostępnych?



Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące, Niemcy N=171, Wielka Brytania N=75

Opinie dot. produktów różnej jakości

W przypadku jakich takich samych produktów tych samych marek występują, Pana(i) zdaniem, różnice w ich jakości w Polsce i (Niemczech, Wielkiej Brytanii)?



Okazuje się, że niezależnie od kraju, w którym badani mieli okazję zaobserwować występowanie różnic, badani są zdania, że w największym stopniu różnice w jakości dotyczą chemii gospodarczej, kosmetyków.

Podobnie, jak wśród ogółu Polaków, w dalszej kolejności pojawiają się opinie, że różnice jakości występują w żywności oraz w odzieży/obuwie.

Respondenci, którzy mieszkali w tych dwóch krajach nie zawsze zauważali różnice w podobnych produktach. Te, które pojawiają się najczęściej we wszystkich, to w przypadku chemii – proszki, płyny do prania, a w przypadku żywności – słodczyce, wędliny, nabiał.

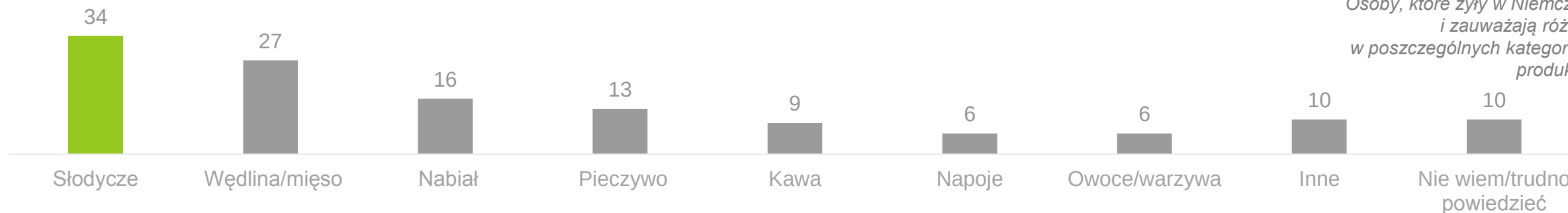
Podstawa procentowania: Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat byli przez co najmniej dwa miesiące w Niemczech/Wielkiej Brytanii i uważają, że produktów w Polsce różnią się jakością od tam występujących – odpowiedzi „tak” na pytanie „Myśląc o (Niemcy, Wielka Brytania), to czy ogólnie rzecz biorąc Pana(i) zdaniem, produkty w Polsce różnią się jakością od takich samych produktów tych samych marek od tam dostępnych?”

Żywność

Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



*Osoby, które żyły w Niemczech
i zauważają różnice
w poszczególnych kategoriach
produktów*



N=70

Chemia gospodarcza, kosmetyki

Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



N=102

Żywność

Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



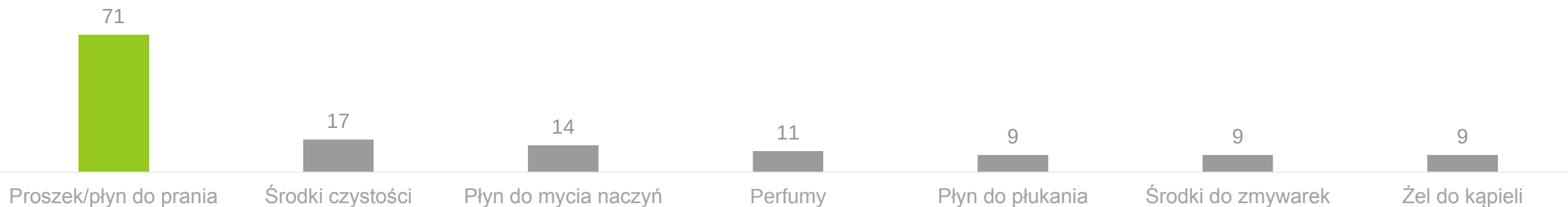
*Osoby, które żyły w Wielkiej Brytanii
i zauważają różnice
w poszczególnych kategoriach
produktów*



N=29

Chemia gospodarcza, kosmetyki

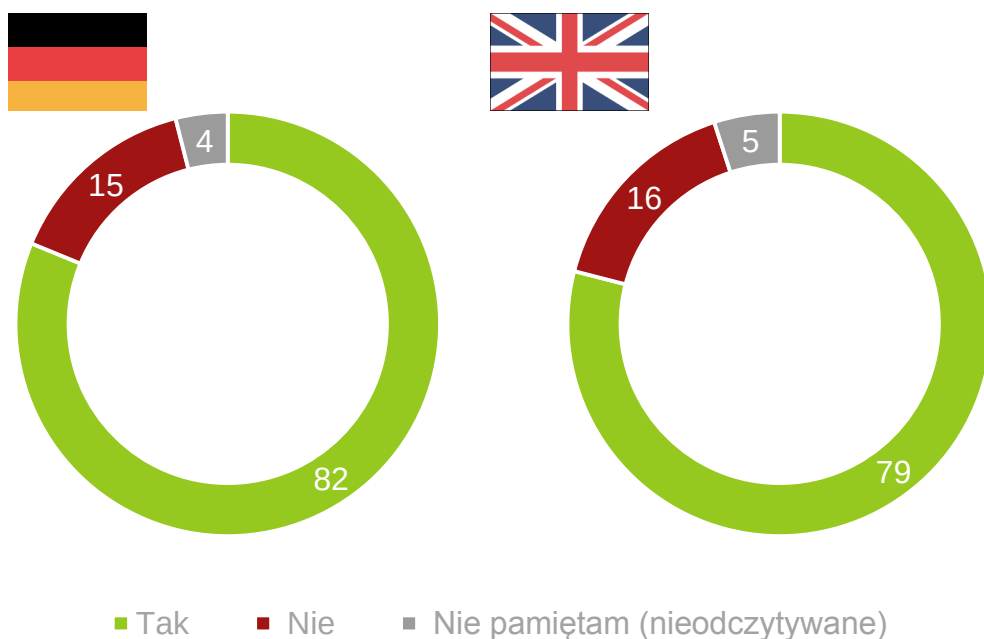
Proszę wskazać produkty, których Pana(Pani) zdaniem dotyczą różnice w jakości?



N=35

Zakup takich samych produktów dostępnych w Polsce i za granicą

Czy kiedykolwiek kupił(a) Pan(i) w *(Niemczech, Wielkiej Brytanii)* taki sam produkt tej samej marki, który zdarzyło się Panu(i) kupować w Polsce?

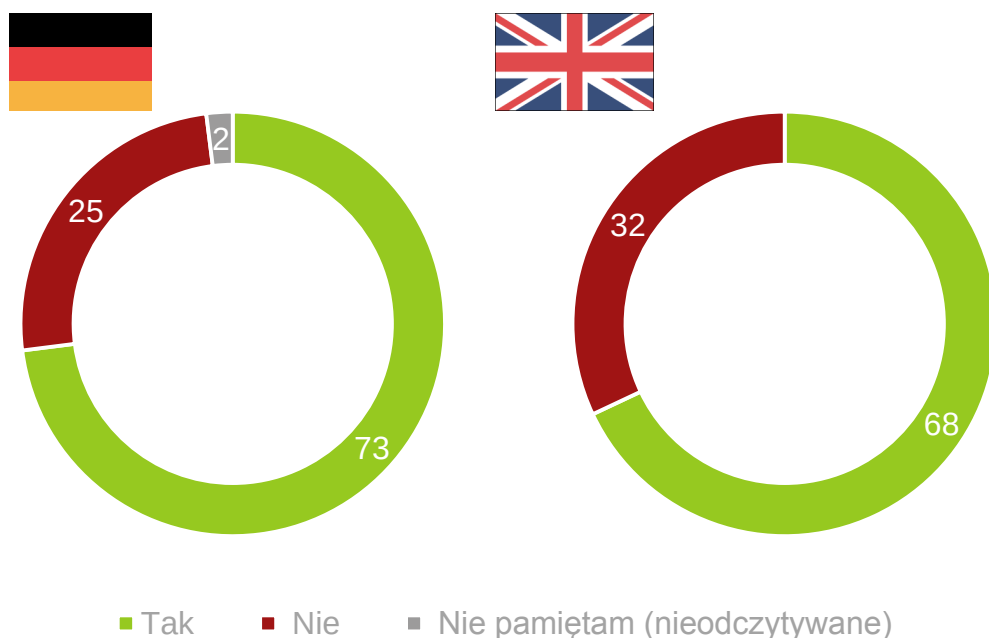


Zdecydowana większość osób, które przebywały w którymś z dwóch wspomnianych krajów, przyznaje, że kupiło kiedykolwiek taki sam produkt tej samej marki podczas pobytu w tym kraju – od 79% do 82%.

Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące, Niemcy N=171, Wielka Brytania N=75

Dostrzeganie różnic zakupionych produktów

Czy kupując takie same produkty tych samych marek dostępne na polskim i europejskim rynku zauważył(a) Pan(Pani) między nimi różnice?

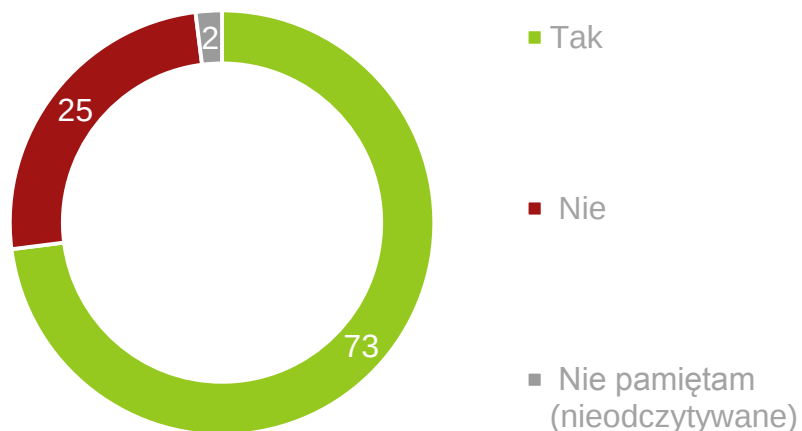


W każdym z dwóch krajów, większość badanych – od 68% do 73% – zauważyła różnice między zakupionymi takimi samymi produktami tych samych marek.

Polacy, którzy zakupili taki sam produkt tej samej marki w krajach: Niemcy N=146, Wielka Brytania N=63

Doświadczenia zakupowe

Czy Pan(i) osobiście kupując takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i w Niemczech zauważył(a) między nimi różnice?



Polacy, którzy zakupili taki sam produkt tej samej marki w krajach: Niemcy N=146

Proszę wskazać jakich produktów to dotyczyło?



Osoby, które żyły w Niemczech i osobiście kupiły takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i Niemczech zauważając różnice w ich jakości

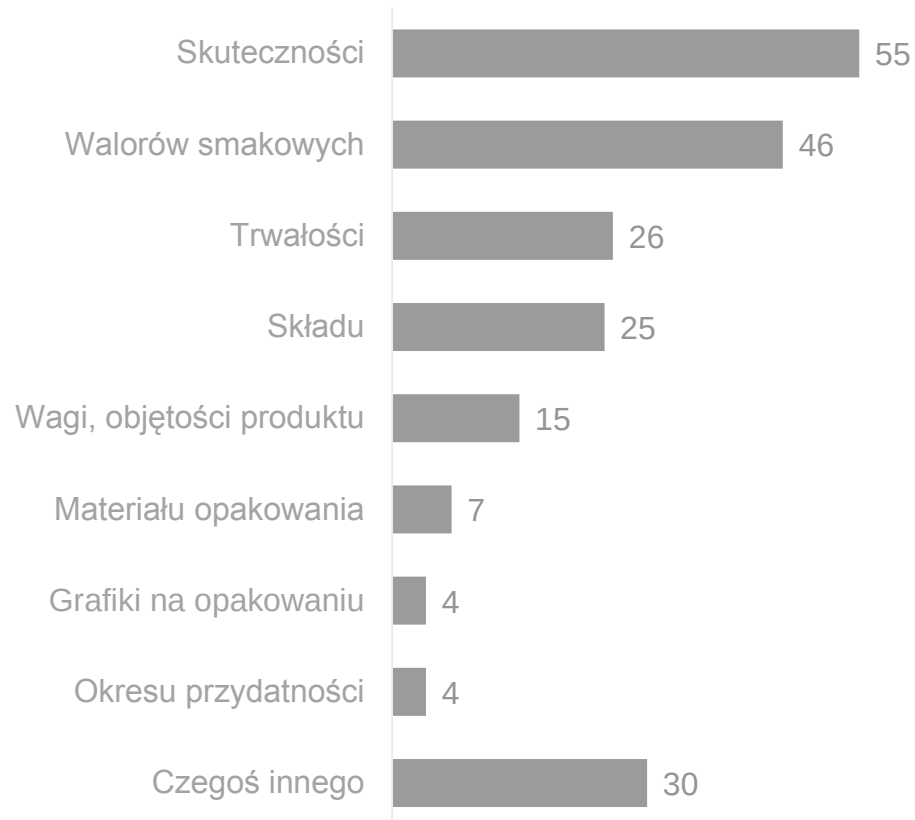
Polacy, którzy kupili produkty i zauważyli różnice w jakości, N=107

Zauważone różnice w zakupionych produktach

Czego dotyczyły różnice?



Osoby, które żyły w Niemczech i osobiście kupiły takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i Niemczech zauważając różnice w ich jakości



73% Polaków, którzy mieli okazję zakupu takiego samego produktu tej samej marki, dostępnego zarówno w Polsce, jak w Niemczech, przyznaje, że zauważyło między nimi różnice. Co druga taka osoba wymienia, że dotyczyło to środków do prania, a co piąta, że różnice dotyczyły płynów do płukania. W dalszej kolejności wymieniane są słodocze, chemia i artykuły spożywcze ogólnie, kawa czy odzież.

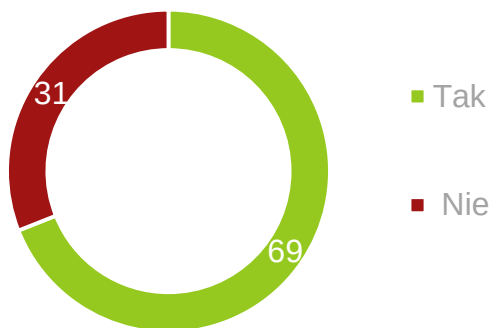
Zdaniem ponad połowy badanych (55%) różnice dotyczyły przede wszystkim skuteczności produktów. W dalszej kolejności, 46% osób wspomina również także o różnicach pod kątem wolorów smakowych.

Polacy, którzy kupili produkty i zauważyli różnice w jakości, N=107

Zakupy za granicą



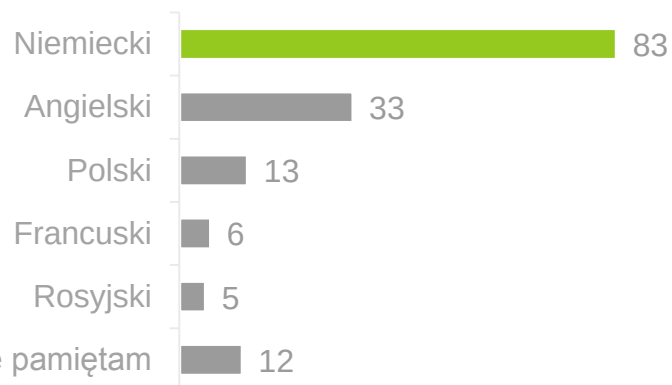
Czy zna Pan(i) język kraju, w którym dokonywał(a) Pan(i) zakupu?



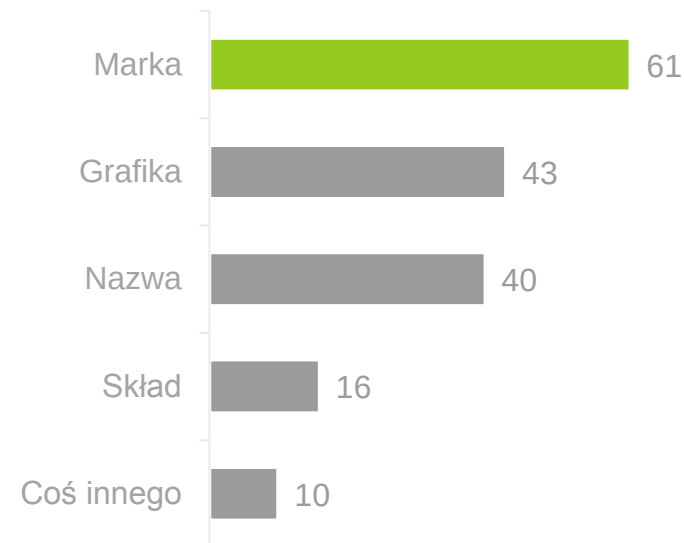
Osoby, które żyły w Niemczech przez co najmniej 2 miesiące

W jakim języku/językach były zawarte informacje na opakowaniu o składzie produktu?

Wskazania do 5%



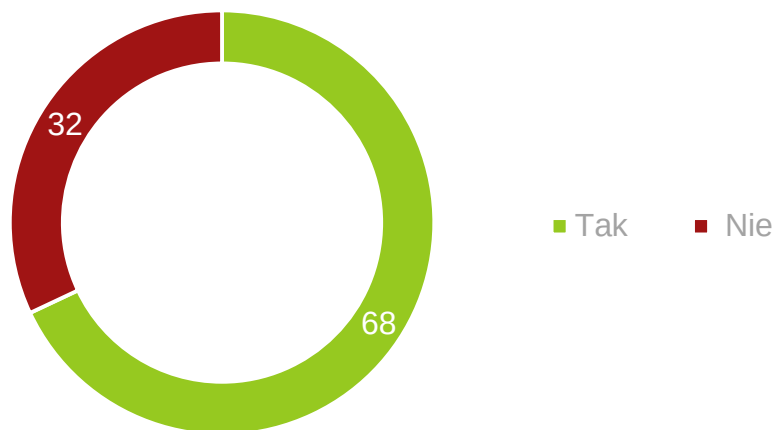
Na podstawie jakich cech opakowania stwierdza Pan(i), że kupił(a) Pan(i) produkt identyczny jak w Polsce?



Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące, Niemcy N=171

Doświadczenia zakupowe

Czy Pan(i) osobiście kupując takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i Wielkiej Brytanii, zauważył(a) między nimi różnice?



Polacy, którzy zakupili taki sam produkt tej samej marki w krajach: Wielka Brytania N=63

Proszę wskazać jakich produktów to dotyczyło?



Osoby, które żyły w Wielkiej Brytanii i osobiście kupiły takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i Wielkiej Brytanii, zauważając różnice w ich jakości



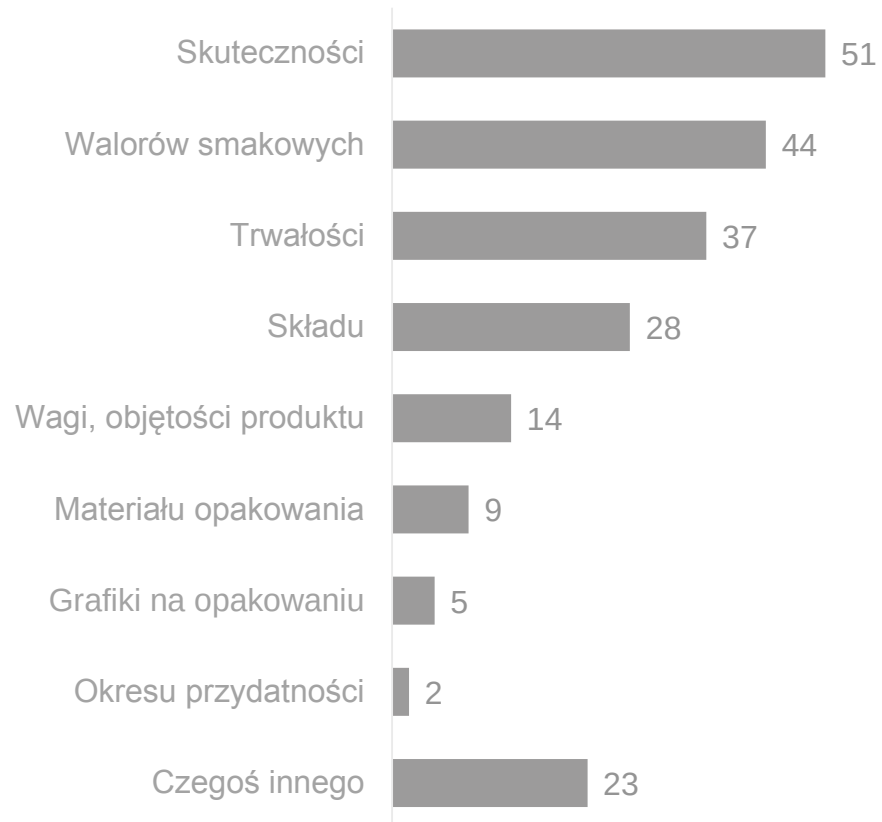
Polacy, którzy kupili produkty i zauważyli różnice w jakości, N=43

Zauważone różnice w zakupionych produktach

Czego dotyczyły różnice?



Osoby, które żyły w Wielkiej Brytanii i osobiście kupiły takie same produkty tych samych marek dostępne w Polsce i Wielkiej Brytanii, zauważając różnice w ich jakości



68% Polaków, którzy mieli okazję zakupu takiego samego produktu tej samej marki dostępnej zarówno w Polsce, jak w Wielkiej Brytanii, przyznaje, że zauważyło między nimi różnice. Co trzecia taka osoba wymienia, że dotyczyło to środków do prania, a co piąta, że różnice dotyczyły chemii ogólnie. W dalszej kolejności wymieniane są kosmetyki, odzież, słodyczne, artykuły spożywcze ogólnie czy perfumy.

Zdaniem ponad połowy badanych (51%) różnice dotyczyły przede wszystkim skuteczności produktów. W dalszej kolejności, 44% osób wspomina również także o różnicach pod kątem walorów smakowych, a 37% o różnicach w trwałości.

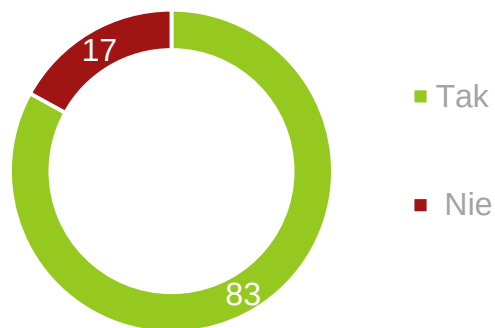
Polacy, którzy kupili produkty i zauważyli różnice w jakości, N=43

Zakupy za granicą



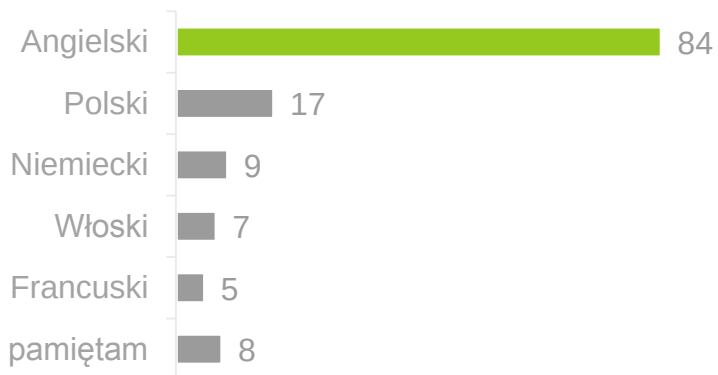
Osoby, które żyły w Wielkiej Brytanii przez co najmniej 2 miesiące

Czy zna Pan(i) język kraju, w którym dokonywał(a) Pan(i) zakupu?

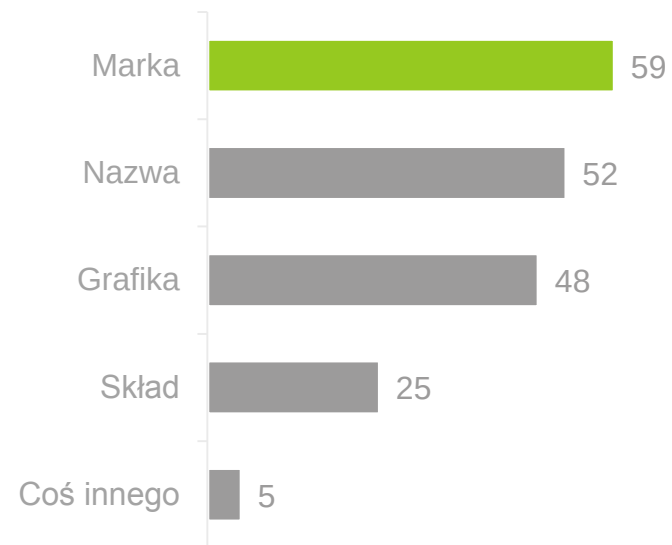


W jakim języku/językach były zawarte informacje na opakowaniu o składzie produktu?

Wskazania do 5%



Na podstawie jakich cech opakowania stwierdza Pan(i), że kupił(a) Pan(i) produkt identyczny jak w Polsce?



Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące, Wielka Brytania N=75

4

Postrzeganie kwestii podwójnej jakości w Polsce i UE

Podsumowanie

Postrzeganie kwestii podwójnej jakości w Polsce i UE



Zgodność z prawem i kwestia transparentności

Dla Polaków ważna jest kwestia klarowności i większość z nich jest zdania, że jeśli produkt wygląda identycznie, to powinien mieć także identyczny skład. Takie zdanie – prawie jednomyślnie – podzielają Ci Polacy, którzy żyli przez dłuższy czas nie tylko w Polsce, ale w innym kraju i mieli więcej okazji, aby porównywać dane produktów.

Prawie połowa badanych przyznaje, że występowanie różnic w jakości takich samych produktów tych samych marek w poszczególnych krajach nie jest zgodne z prawem i obowiązującymi przepisami. Podobny odsetek osób nie ma wiedzy na ten temat.



Polska na tle innych krajów

Jakość produktów w Polsce na tle takich samych produktów tych samych marek w innych krajach nie jest postrzegana przez ogół Polaków jednoznacznie – najczęściej respondenci skłaniają się do odpowiedzi, że jakość jest taka sama (co trzeci), a co piąty uważa z kolei, że produkty w Polsce są gorszej jakości. Bardzo duży wpływ na opinie badanych w tym względzie mają doświadczenia zakupowe. Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat mieszkali za granicą posiadają bardziej sprecyzowane poglądy, zdecydowanie częściej krytycznie oceniają produkty sprzedawane w Polsce. Oznacza to, że co druga taka osoba jest przekonana, że produkty w Polsce są gorszej jakości niż w UE.

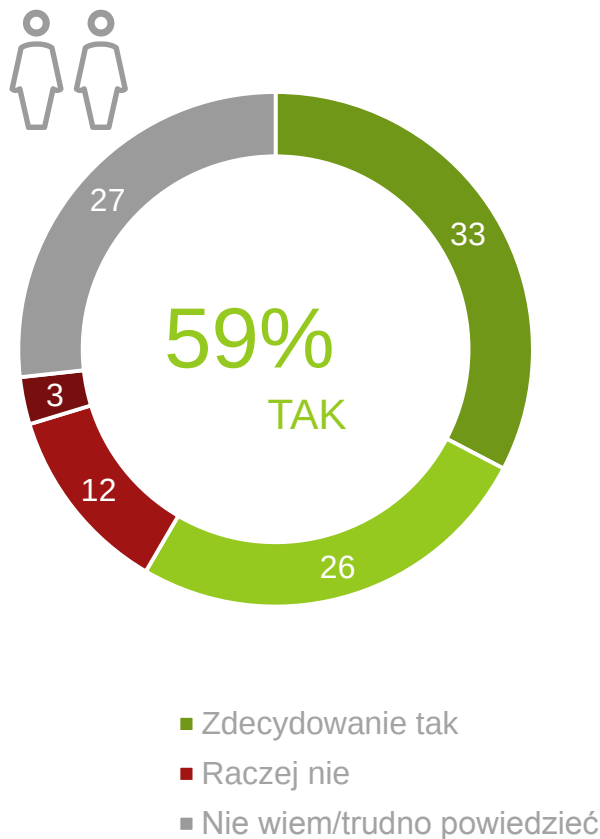


„Podwójna jakość produktów” – znajomość i znaczenie

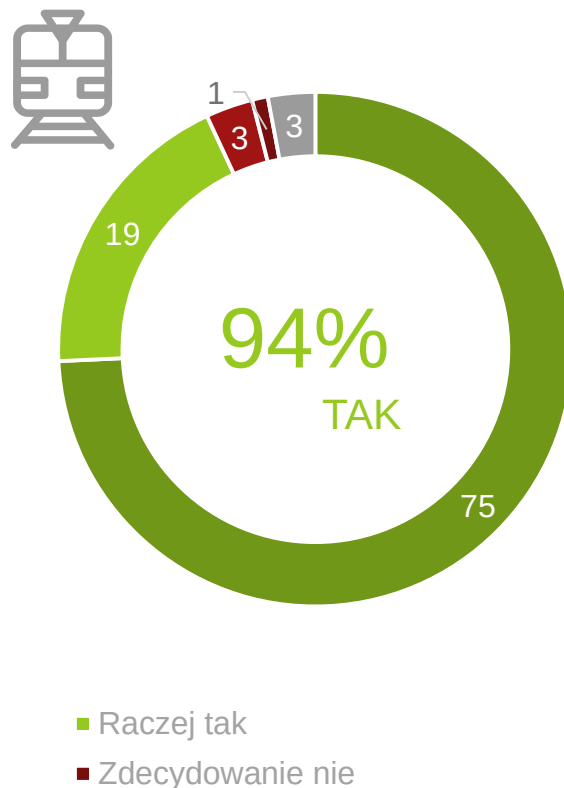
Znajomość terminu funkcjonującego w przestrzeni publicznej, który określa problem różnic w jakości produktów – „podwójna jakość produktów” – nie jest wysoka (15% ogółu Polaków). Zdecydowanie lepiej termin jest znany osobom z doświadczeniem zamieszkania poza granicami kraju w ostatnich 5 latach. Jednocześnie takie osoby, częściej niż ogół Polaków, uważają, że różnice w jakości to obecnie problem na terenie Unii Europejskiej.

Identycznie wyglądające produkty = identyczny skład?

Czy Pana(Pani) zdaniem, takie same produkty tych samych marek, które są w identycznych opakowaniach (ten sam kształt, szata graficzna itp.) powinny mieć zawsze taki sam skład, niezależnie od kraju, na którego rynek są przeznaczone?



N=1049, próba ogólnopolska



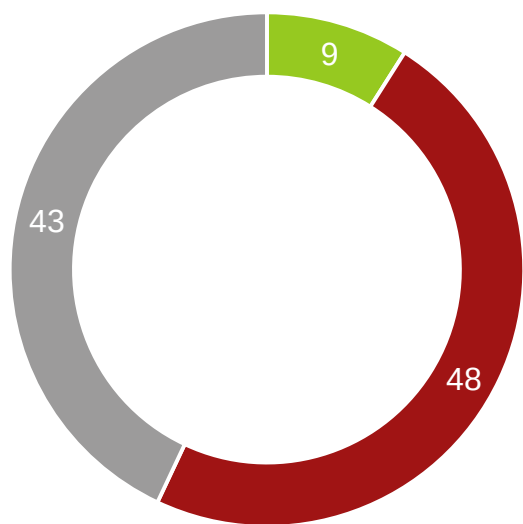
N=500, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

Większość Polaków (59%) jest zdania, że takie same produkty tych samych marek, które wyglądają identycznie zawsze powinny mieć taki sam skład. Oznacza to, że dla konsumentów wydaje się ważna pewnego rodzaju klarowność, a identyczny wygląd produktów powinien nieść także za sobą dokładnie taki sam skład.

Osoby, które w ostatnim czasie przebywały przez dłuższy czas za granicą, są jeszcze mocniej niż ogół Polaków przekonane o tym, że produkty w identycznych opakowaniach powinny mieć również identyczny skład. Takiego zdania jest 94% badanych.

Opinie w kwestii różnic przez pryzmat zgodności z prawem

Czy Pana(Pani) zdaniem występowanie różnic w jakości takich samych produktów tych samych marek w poszczególnych krajach jest zgodne z prawem i obowiązującymi przepisami?



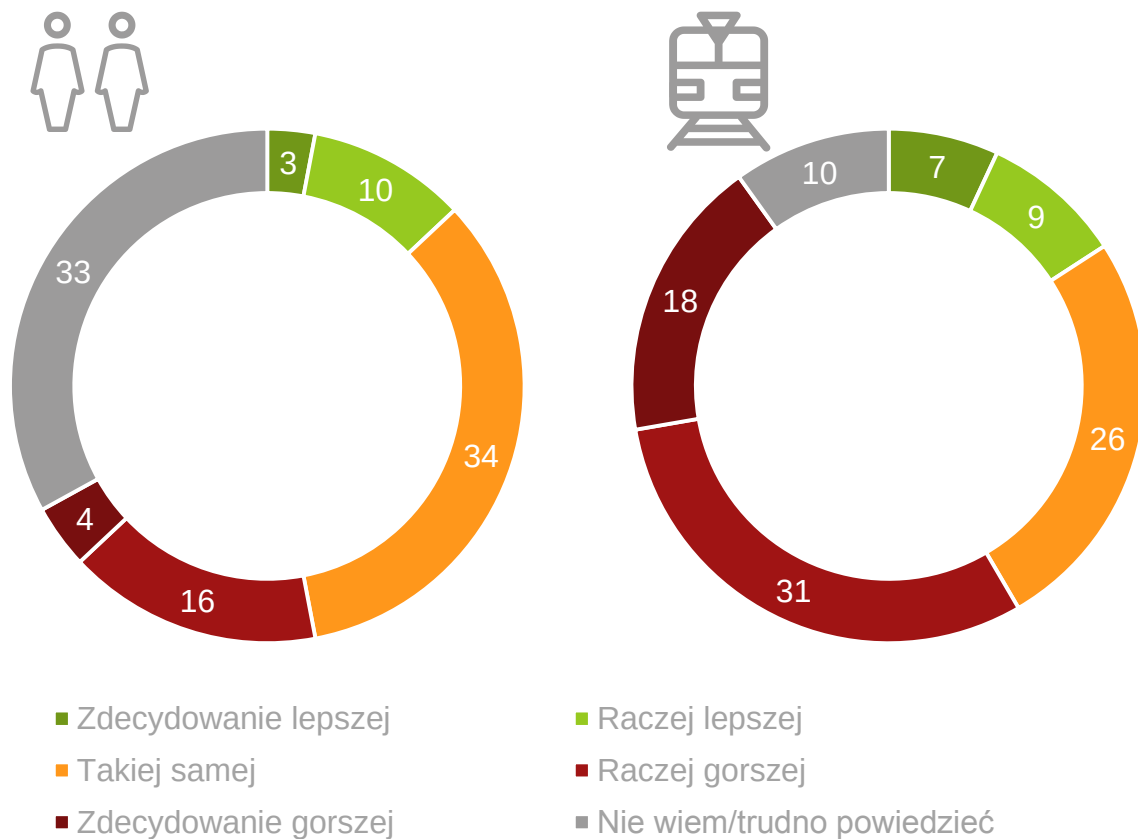
■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem/trudno powiedzieć

Okazało się, że aż 43% badanych ma trudność z określeniem, czy występowanie różnic w jakości takich samych produktów tych samych marek w poszczególnych krajach jest zgodne z prawem i obowiązującymi przepisami, czy nie jest. Z kolei niemal połowa (48%) ankietowanych jest przekonana, że występowanie takich różnic nie jest zgodne z prawem. Odmiennego zdania jest 9% badanych, którzy są zdania, że takie sytuacje są dopuszczalne wedle istniejącego prawa.

N=1049, próba ogólnopolska

Jakość produktów w Polsce w porównaniu do produktów w UE

Czy ogólnie rzecz biorąc uważa Pan(Pani), że produkty w Polsce są lepszej jakości czy gorszej niż takie same produkty tych samych marek w innych krajach UE?



N=1049, próba ogólnopolska

N=500, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

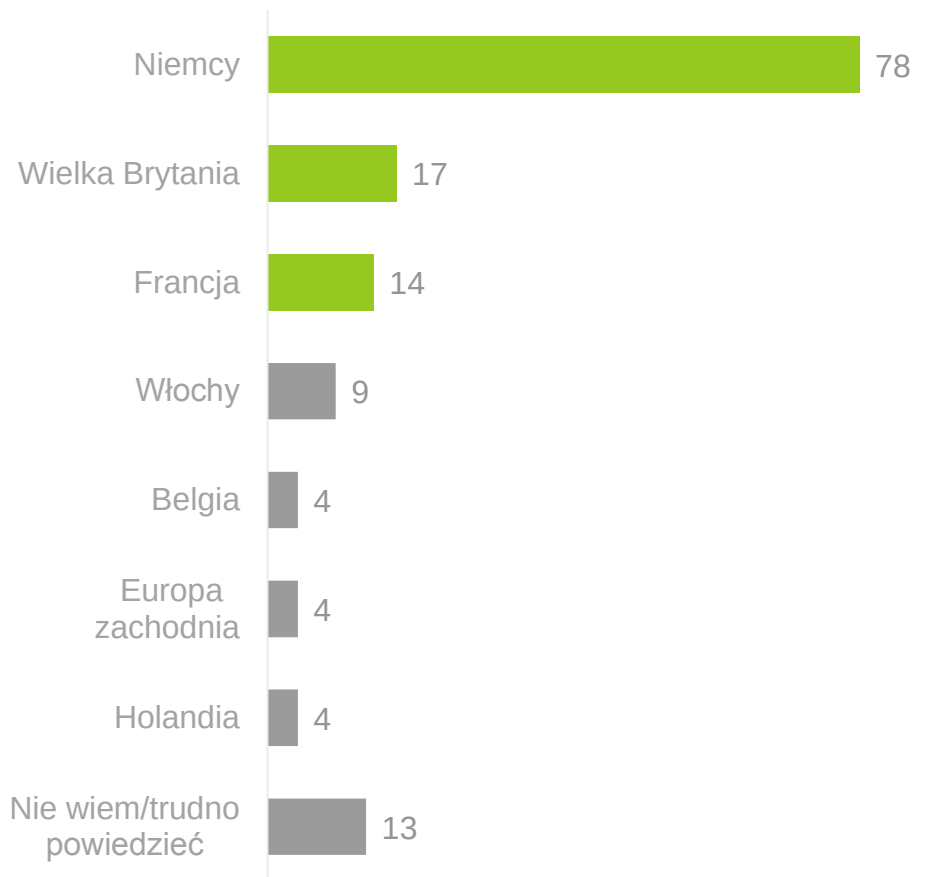
Polacy nie mają zbyt jednoznacznej opinii na temat tego czy jakość produktów w Polsce jest lepsza, taka sama czy gorsza niż w innych krajach UE. Jedna trzecia badanych wybiera odpowiedź „trudno powiedzieć”. Podobny odsetek uczestników badania (34%) twierdzi, że nie ma różnic – produkty są takiej samej jakości.

O tym, że produkty różnią się, przekonanych jest 33% respondentów – o lepszej jakości produktów dostępnych w Polsce mówi 13% badanych, natomiast o gorszej – 20%.

Osoby, które przebywały przez dłuższy czas za granicą, częściej niż ogół Polaków są zdania, że produkty w Polsce są gorszej jakości (49%).

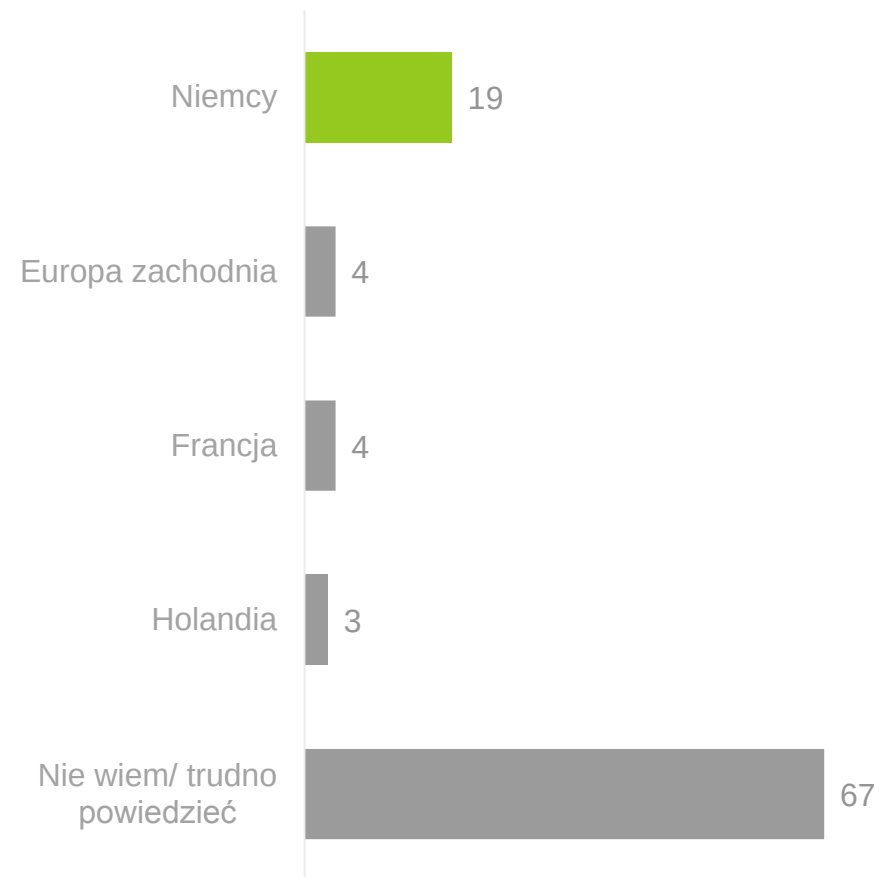
Jakość produktów w Polsce w porównaniu do produktów w UE

W jakich krajach, Pana(Pani) zdaniem, takie same produkty tych samych marek są lepszej jakości niż w Polsce?



N=218

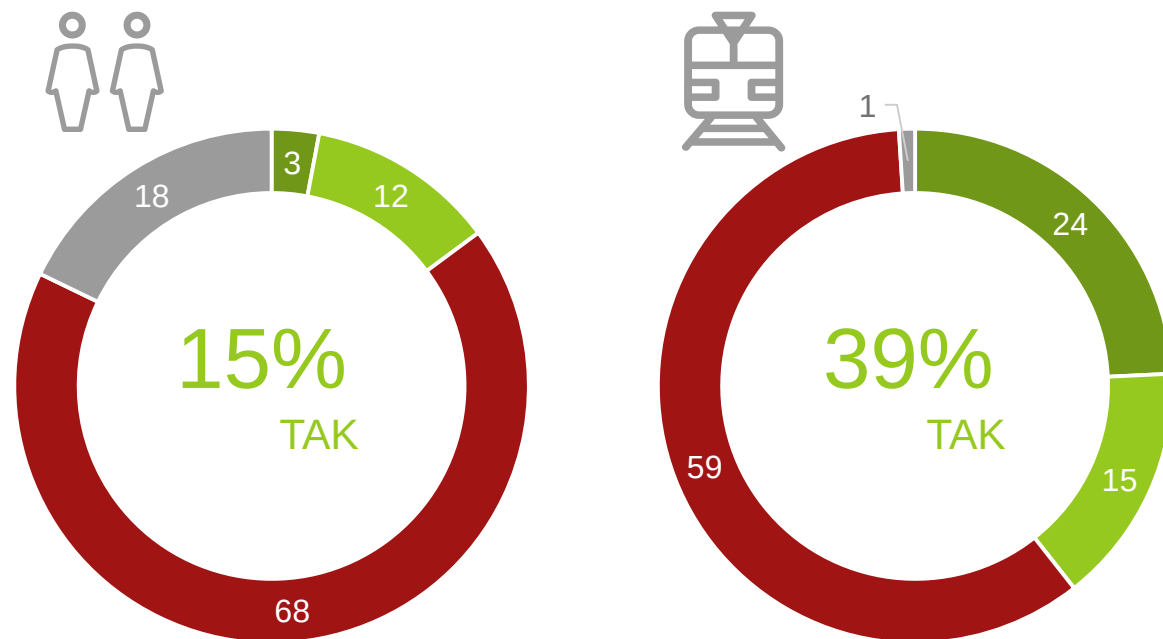
W jakich krajach, Pana(Pani) zdaniem, takie same produkty tych samych marek są gorszej jakości niż w Polsce?



N=125

Znajomość terminu podwójna jakość produktów

Czy słyszał(a) Pan(Pani) kiedyś termin „podwójna jakość produktów”?



- Tak i wiem co oznacza
- Tak, ale nie wiem co oznacza
- Nie
- Nie wiem/trudno powiedzieć

Zdecydowana większość Polaków – 68% – nie zna terminu „podwójna jakość produktów”, nigdy o nim nie słyszała.

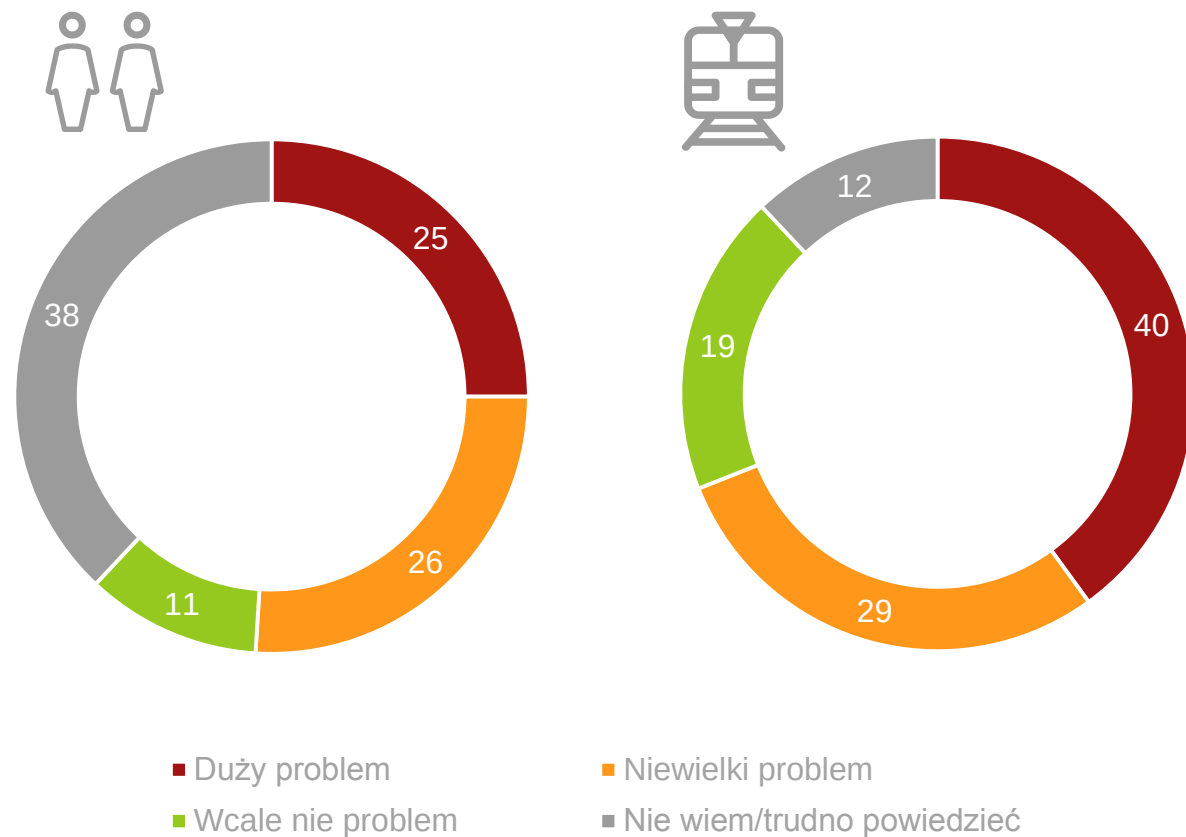
Określenie „podwójna jakość produktów” słyszało 15% badanych, przy czym wiedzę, co ten termin oznacza, deklaruje 3%. Termin jest znany w większym stopniu osobom lepiej wykształconym niż tym z niższym wykształceniem. Termin jest również lepiej znany osobom, które przebywały dłuższy czas za granicą – 39% deklaruje, że słyszało określenie „podwójna jakość produktów”.

N=1049, próba ogólnopolska

N=500, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

Postrzeganie kwestii podwójnej jakości produktów w UE wśród wszystkich badanych

Czy Pana(Pani) zdaniem „podwójna jakość produktów” stanowi obecnie czy też nie stanowi problemu w UE? Czy w Pana(Pani) opinii to:



N=1049, próba ogólnopolska

N=500, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące

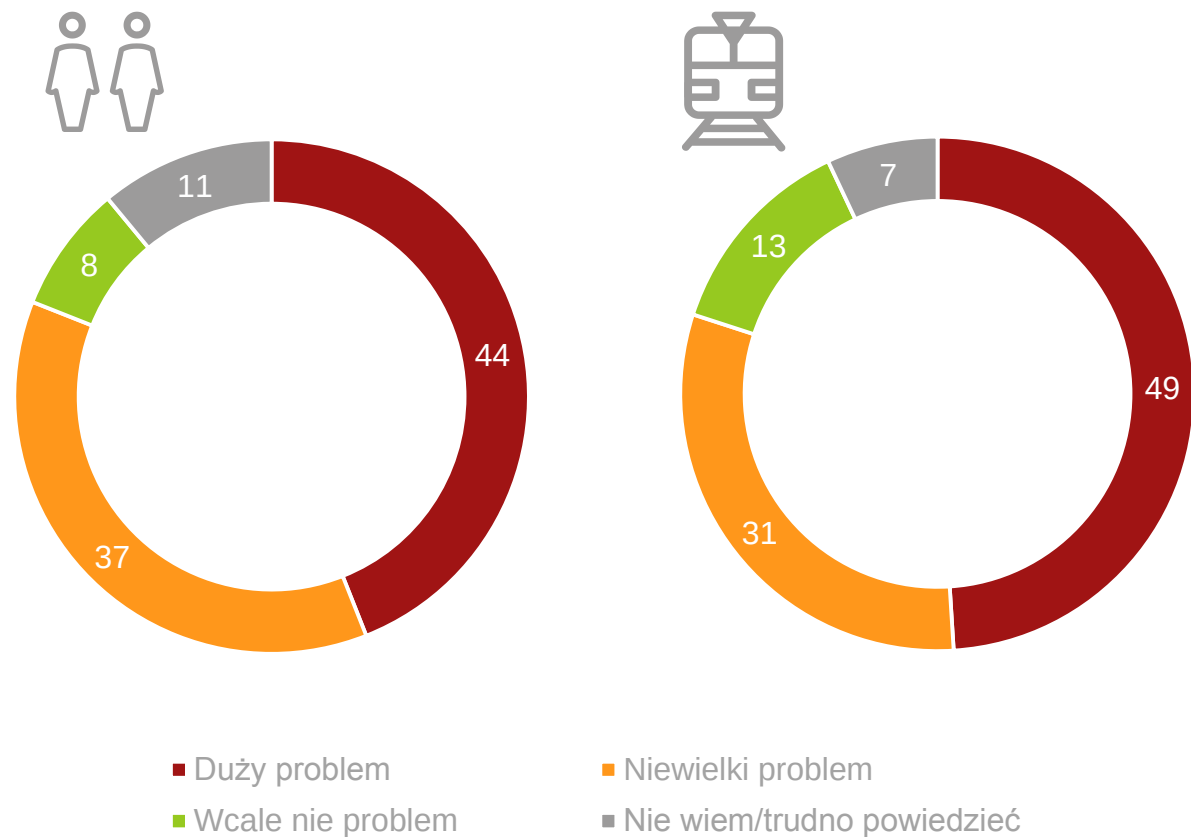
Ponad połowie badanych – 51% – bliższa jest opinia, że „podwójna jakość produktów” stanowi problem w UE. O tym, że podwójna jakość produktów jest dużym problemem, przekonanych jest 25% badanych, natomiast 26% przyznaje, że jest to problem, ale niewielki. Co dziesiąty Polak uważa, że nie jest to wcale problem. 38% nie potrafi udzielić jednoznacznej odpowiedzi.

Wśród osób, które deklarują, że słyszały kiedyś termin „podwójna jakość produktów” większe jest przekonanie, że jest to problem.

Ogólnie rzecz biorąc, osoby, które w ciągu ostatnich 5 lat przebywały za granicą przynajmniej przez 2 miesiące, częściej postrzegają podwójną jakość produktów jako problem UE. 69% uważa, że jest to obecnie problem – 40% przyznaje, że jest to duży problem, a 29%, że problem jest niewielki.

Postrzeganie kwestii podwójnej jakości produktów w UE wśród osób, które słyszały termin

Czy Pana(Pani) zdaniem „podwójna jakość produktów” stanowi obecnie czy też nie stanowi problemu w UE? Czy w Pana(Pani) opinii to:



N=153, próba ogólnopolska; osoby, które słyszały termin „podwójna jakość”

N=197, Polacy, którzy w ciągu ostatnich 5 lat przebywali za granicą nieprzerwanie przez co najmniej 2 miesiące i słyszeli termin „podwójna jakość”

Większość badanych (81%), którzy deklarują, że spotkali się z terminem „podwójna jakość produktów” wyraża opinię, że jest to obecnie problem w UE. O tym, że podwójna jakość produktów jest dużym problemem, przekonanych jest 44% badanych, natomiast 37% przyznaje, że jest to problem, ale niewielki. Są to wyniki dla próby ogólnopolskiej.

Wśród osób, które w ciągu ostatnich 5 lat przebywały za granicą przynajmniej przez 2 miesiące i deklarują, że słyszały kiedyś termin „podwójna jakość produktów” przekonanie o występowaniu problemu jest na podobnym poziomie – 80% badanych.

Urszula Krassowska

Account Director

t: +48 22 598 97 11

e: urszula.krassowska@kantarpublic.com

Sylwia Bąba

Senior Research Executive

t: +48 22 598 97 07

e: sylwia.baba@kantarpublic.com

