

Krótkie łańcuchy dostaw ryb, w tym karpia Wyniki badań konsumenckich

Tomasz Kulikowski



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Morski i Rybacki



Operacja współfinansowana przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego w ramach Programu Operacyjnego "Rybactwo i Morze"



Wstęp

Projekt: Karp w krótkim łańcuchu dostaw



Organizator projektu: Towarzystwo Promocji Ryb „Pan Karp”

Cel badania:

- Określenie znajomości pojęcia krótkich łańcuchów dostaw (kłd) i zrozumienie motywatorów i barier nabywania ryb, w tym karpia w kłd (I etap - zrealizowany)
- Określenie wrażliwości cenowej nabywców karpia, w kontekście zakupów w krótkim łańcuchu dostaw (II etap)
- Wydanie rekomendacji odnośnie informacji, promocji i języka komunikacji (II etap)

Metodyka badania:

- badania ilościowe CAWI, na reprezentatywnej 1000-osobowej grupie respondentów
- badania jakościowe FGI (4 grupy fokusowe, po 8-10 osób, w tym dwie w dużym ośrodku miejskim i dwie w małym ośrodku miejskim)



Unia Europejska
Europejski Fundusz
Morski i Rybacki





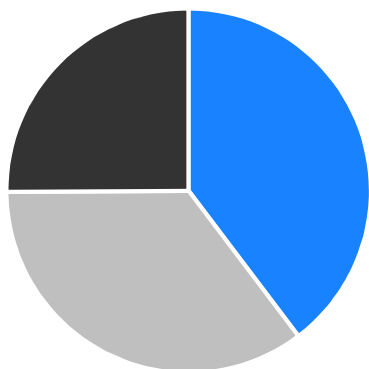
www.mir.gdynia.pl



Znajomość pojęcia „krótkie łańcuchy dostaw”

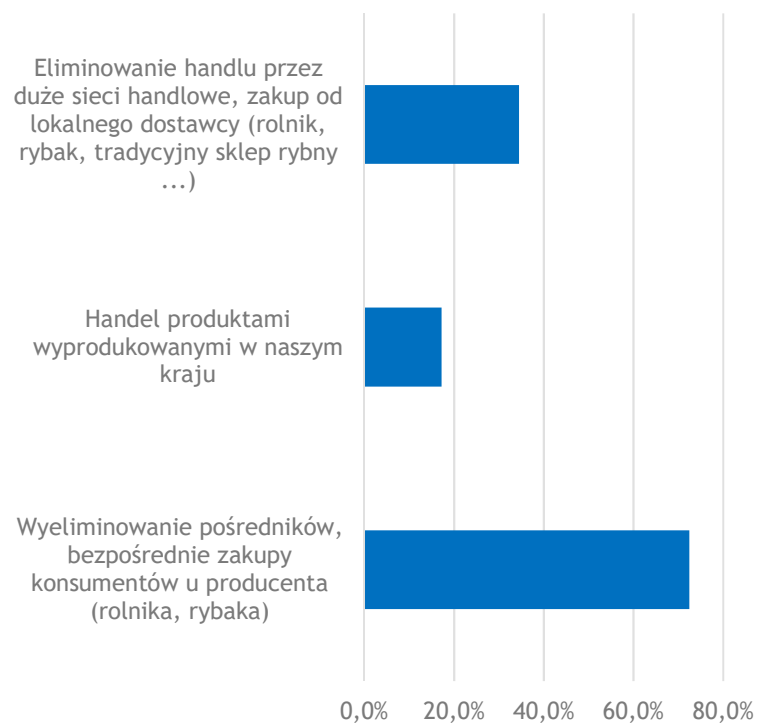
		% z N w kolumnie	Liczebność
P10. Czy spotkał(a)ś się z nazwą krótkie łańcuchy dostaw w odniesieniu do handlu produktami rolnymi, rybami i inną żywnością?	Tak, znam to sformułowanie	39,7%	212
	Nie jestem pewny(a)	35,2%	188
	Nie znam	25,1%	134
	Ogółem	100,0%	534

Znajomość pojęcia k.ł.d.



■ Tak, znam to sformułowanie ■ Nie jestem pewny(a) ■ Nie znam

Krótkie łańcuchy dostaw, to...



Znajomość pojęcia „krótkie łańcuchy dostaw”

*„Prosto od producenta na stół. Bez wielu pośredników.
Czym szybciej na stół tym lepiej.” [Katowice]*

*„Ryby są produktem, który się szybko psuje, więc trzeba uważać
na niego. Nie można zmieniać mu warunków przechowywania. Musi
być cały czas w chłodzie.” [Brzeszcze]*

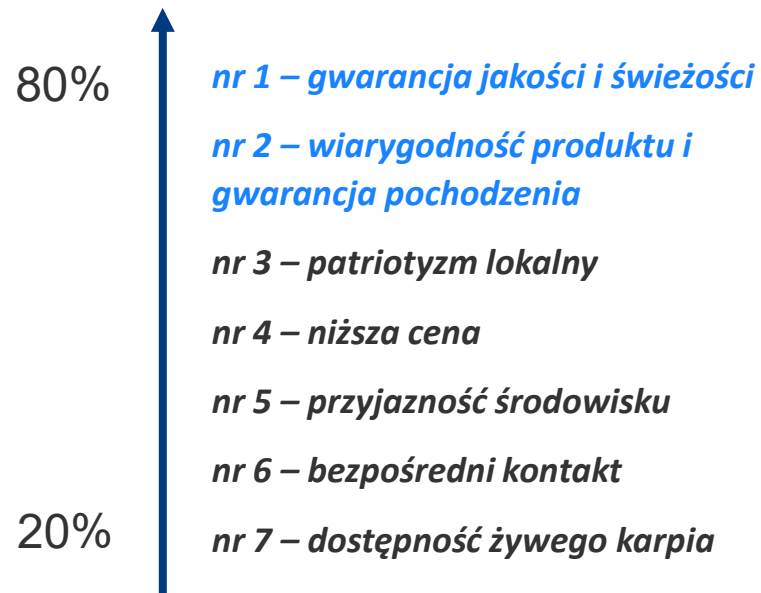
*„Makro czy Selgros (...) Tam jest taki duży przerób tego, że tam
one się nie mają kiedy znieświeżyć.” [Katowice]*



Co nas motywuje do zakupu karpia w k.ł.d.?

P12. Zaletami (walorami) Krótkiego łańcucha dostaw karpia są według mnie przede wszystkim:

Lepsza, gwarantowana świeżość	60,3%
Pewność skąd pochodzi produkt	50,4%
Większa wiarygodność produktu, pewność jego składu, braku sztucznych dodatków	32,0%
Niższa cena	41,6%
Forma przetworzenia, której nie ma w dużych sklepach (np. karp żywy)	18,5%
To, że daję utrzymanie, pozwalam zarobić polskiemu producentowi, a nie obcym firmom, importerom	41,0%
To, że dokonuję zakupów w sposób przyjazny na środowiska (mniej transportu, mniej opakowań, mniejszy ślad węgl.)	38,6%
To, że mam (w gospodarstwie lub na bazarze) bezpośredni kontakt z producentem	28,1%
Bezpośrednia promocja	15,7%
Klimat świąteczny, zwłaszcza podczas sprzedaży wigilijnej	14,8%
Lepsza jakość ryb i produktów rybnych (bezpieczny skład bez chemii)	41,4%



Co nas motywuje do zakupu karpia w k.ł.d.?

„Ja mam tylko jedną zasadę - muszę tę rybę widzieć wcześniej jak ona pływa. Ja mogę jechać po nią do Częstochowy, jak będzie trzeba do Warszawy. Ale muszę jej spojrzeć w oczy i wtedy dopiero może być moja. Jak z kobietami.” [Katowice]

„Wolę od sprawdzonych producentów. W Złotym Potoku to jest hodowla z tradycjami. Marka sama w sobie, jak Wranglery czy Marlboro.” [Katowice]

„Wolę polskiego karpia niż śródziemnomorską doradę, bo mam przeświadczenie, że musi iść do nas dłużej i jest mniej świeża.” [Katowice]

„Lubię kupować w tym sklepie. Mam do tej pani zaufanie.” [Katowice]

„Inaczej ta ryba smakuje kiedy jest z hodowli. (...)” [Katowice]

„Wspieranie hodowców, żeby nie paśli się pośrednicy po drodze. (...) Lepiej dać zarobić naszym biednym niż bogatym z zagranicy.” [Katowice]

„Jestem za tym, żeby on był zabity przy mnie. Wtedy wiem, że jest świeży. Za dopłatę 2zł do kg obcinał głowę i było wszystko pozalutowane. Nie musiałem się brudzić. Nie musiałem patrzeć, jak ten karp na mnie patrzy jednym okiem. Było mi trochę lżej.” [Katowice]



Co nas zniechęca do zakupu karpia w k.ł.d.?

P13. Wadami Krótkiego łańcucha dostaw karpia, są według mnie przede wszystkim:

Duża odległość do miejsca zakupu i konieczność dojazdu	29,8%
Brak możliwości równoczesnego zrobienia innych zakupów spożywczych	22,5%
Niedogodne dni i godziny otwarcia takich punktów	13,3%
Brak informacji gdzie można kupić rybę w mojej okolicy	30,0%
Brak informacji w jakich godzinach otwarte są dane punkty sprzedaży	16,9%
Zbyt wysokie ceny	24,0%
Forma produktu, która jest zbyt niewygodna dla mnie (ryba żywa, cała, brak filetów)	15,9%
Brak w pobliskich punktach sprzedaży gatunków ryb, które lubię	15,0%
Zbyt małą różnorodność produktów	17,6%
Brak motywacji, nie wiem jakie są przewagi takich zakupów w krótkim łańcuchu dostaw	5,6%
Brak promocji i zachęcania do zakupów w krótkich łańcuchach dostaw	23,0%

30%



5%

nr 1 – bariery komunikacyjne

nr 2 – odległość

nr 3 – asortyment

nr 4 – cena

nr 5 – brak motywatorów



Co nas zniechęca do zakupu karpia w k.ł.d.?

„Żeby godziny sprzedaży były wydłużone. Albo żeby jakoś pracowali na zmianę, albo się wymieniali. Samochodem mogę pojechać, tylko żeby był ten czas, że po pracy można pojechać.”
[Brzeszcze]

„Jak się na Zator jedzie to jest karp zatorski. Ale nie było informacji w jakich godzinach, tylko strzałka była w krzaki i nic więcej. Trudno powiedzieć, czy to jest tylko sezonowo, czy zatorski karp jest cały rok dostępny.” [Brzeszcze]

„Żeby była dostępność.” [Brzeszcze]



Zachęcanie nieprzekonanych

Postrzeganie zalet krótkich łańcuchów dostaw

- Większa wiarygodność produktu, pewność jego składu, braku sztucznych dodatków
- To, że mam (w gospodarstwie lub na bazarze) bezpośredni kontakt z producentem

Przekonani

36%

33%

Nieprzekonani

26%

20%

Postrzeganie wad krótkich łańcuchów dostaw

- Brak informacji w jakich godzinach otwarte są dane punkty sprzedaży
- Forma produktu, która jest zbyt niewygodna dla mnie (ryba żywa, cała, brak filetów)
- Brak promocji i zachęcania do zakupów w krótkich łańcuchach dostaw

19%

13%

26%

12%

22%

18%



Większość konsumentów wierzy w nasz produkt, większość konsumentów wierzy, że w k.ł.d. produkt ma lepszą jakość; problemem jest co najwyżej forma przetworzenia i zakres asortymentu; dla co piątego kupującego w k.ł.d. motywatorem jest dostępność żywej ryby



cena w k.ł.d. jest postrzegana niejednoznacznie; nieco więcej konsumentów uważa, że „za jakość się płaci” (value-for-money), inni szukają tu niższej ceny, bądź uważają k.ł.d. za zbyt drogie w stosunku do marketów

Odległość jest główną barierą do zakupów w k.ł.d.; Klimat i bezpośredni kontakt z producentem są motywatorem dla co trzeciego kupującego w k. ł. d.

brak informacji, gdzie i kiedy można kupić karpie jest podstawową, a zarazem najprostszą do pokonania barierą, jest więc najefektywniejszym narzędziem do zachęcenia konsumentów do zakupów w k. ł. d.



Informacja i promocja

Nowe informacje zdobywam głównie od rodziny, znajomych 28,8%

„Poczta pantoflowa. Kolega był, zjadł, wiedział, że jest dobre i przekazał to dalej. Jak się sprawdziło to przekazuje się informację sąsiadowi, że jak chcesz dobrą rybę to jedziesz tam i masz sprawdzone.” [Katowice]

Nowe informacje zdobywam głównie w Internecie 21,0%

„Na Fejsie jak jest grupa mojej dzielnicy, to tam pada czasami: ligocianie, gdzie polecacie karpia? Cztery adresy tam padają. Pod tymi adresami się sypią uśmiechy.” [Katowice]

Informacja i promocja zewnętrzna: tablice informacyjne, banery, plakaty, bilbordy 15,2%



Dziękuję za uwagę

Tomasz Kulikowski

Zakład Ekonomiki Rybackiej

Morski Instytut Rybacki - PIB

kom. 501 623 816

e-mail: tkulikowski@mir.gdynia.pl

