



Jakość czy cena? Kryteria wyboru ryb i produktów rybnych w świetle badań konsumenckich z lat 2024-2025

Tomasz Kulikowski, Morski Instytut Rybacki – Państwowy Instytut Badawczy



Fundusze Europejskie
dla Rybactwa



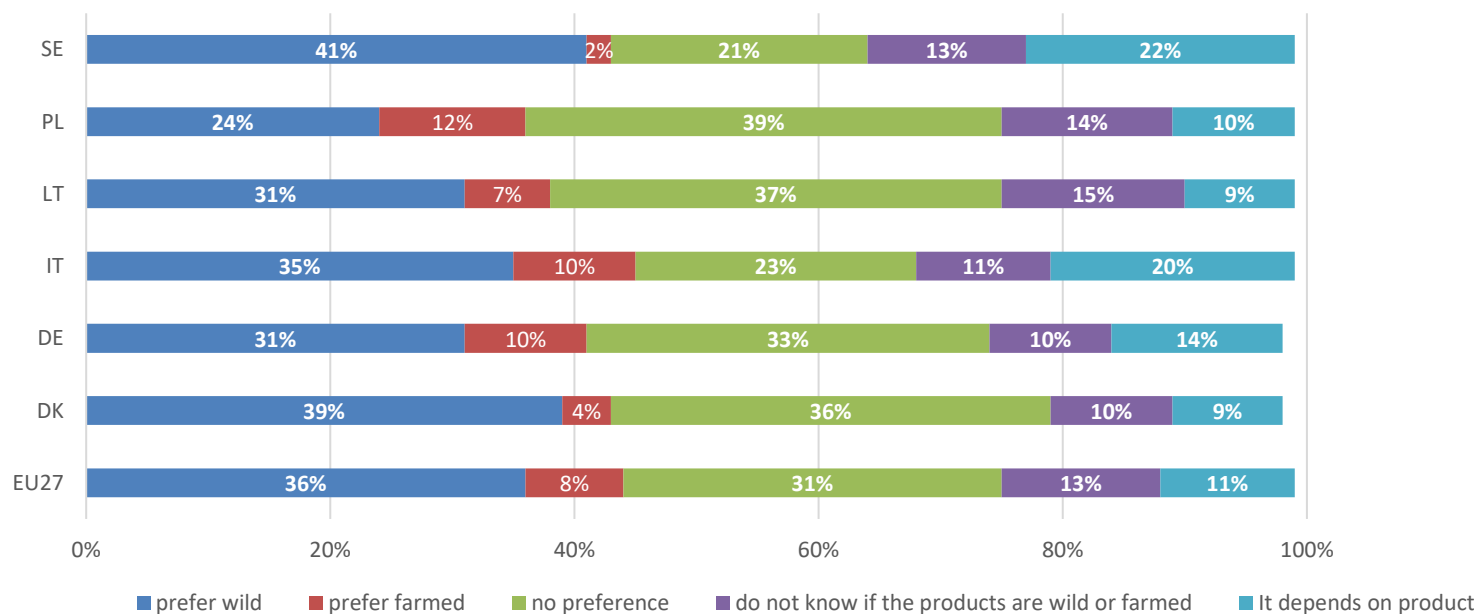
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

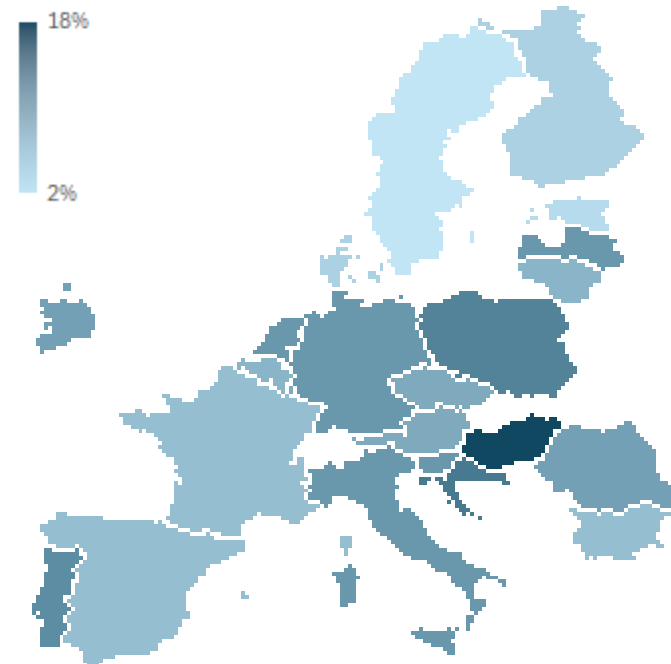


Akwakultura: czy tego chcą konsumenci?

Rybołówstwo vs. Akwakultura



You prefer farmed products



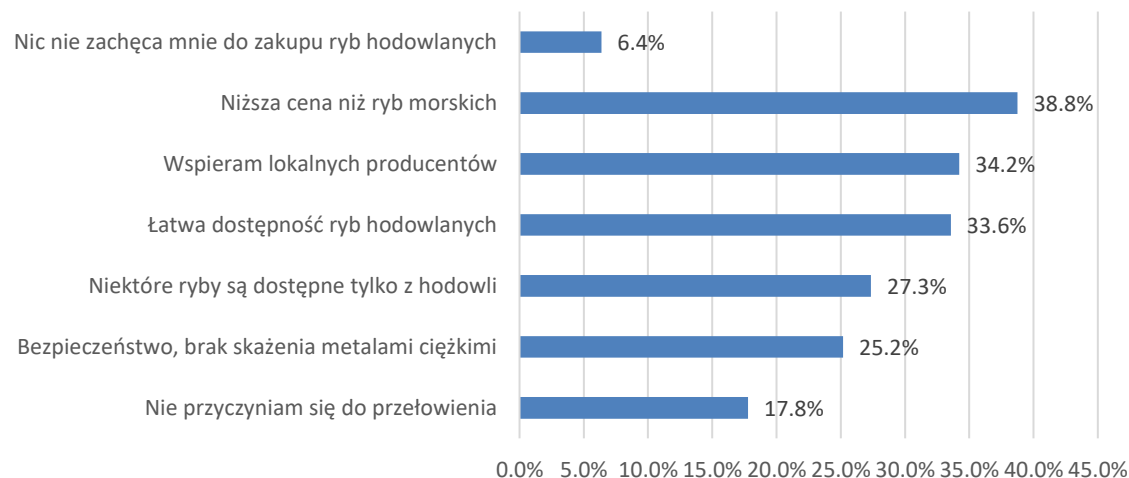


Akwakultura: Motywatory i obawy konsumentów

Obawy konsumentów

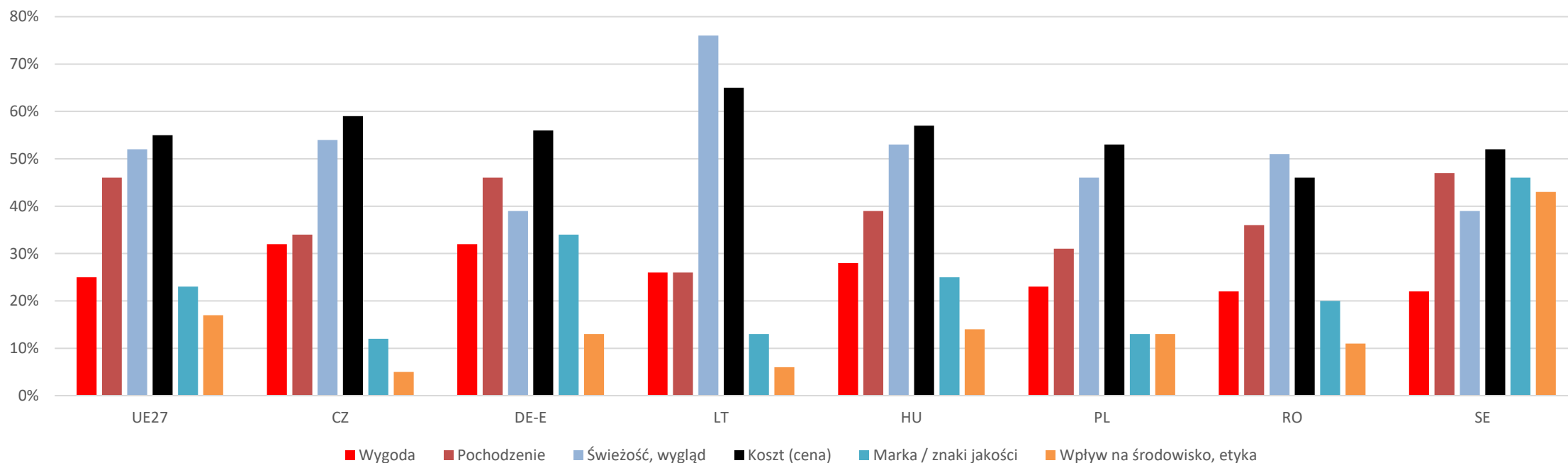


Motywatory zakupu ryby hodowlanej



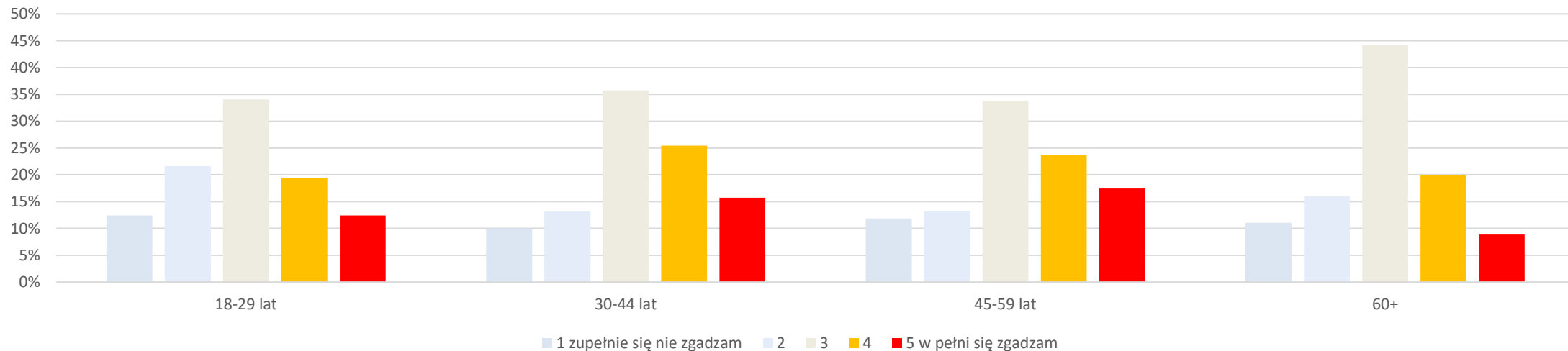
Podstawowe czynniki zakupu ryb

Odsetek respondentów wskazujących danych czynnik jako bardzo istotny dla zakupu ryby



Oczekiwanie wygody i łatwości przygotowania (Polska)

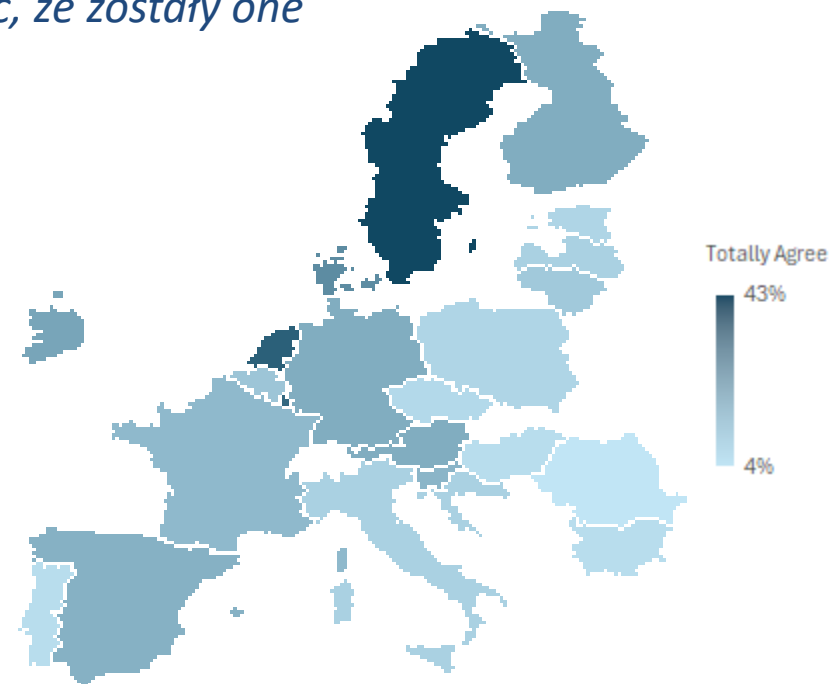
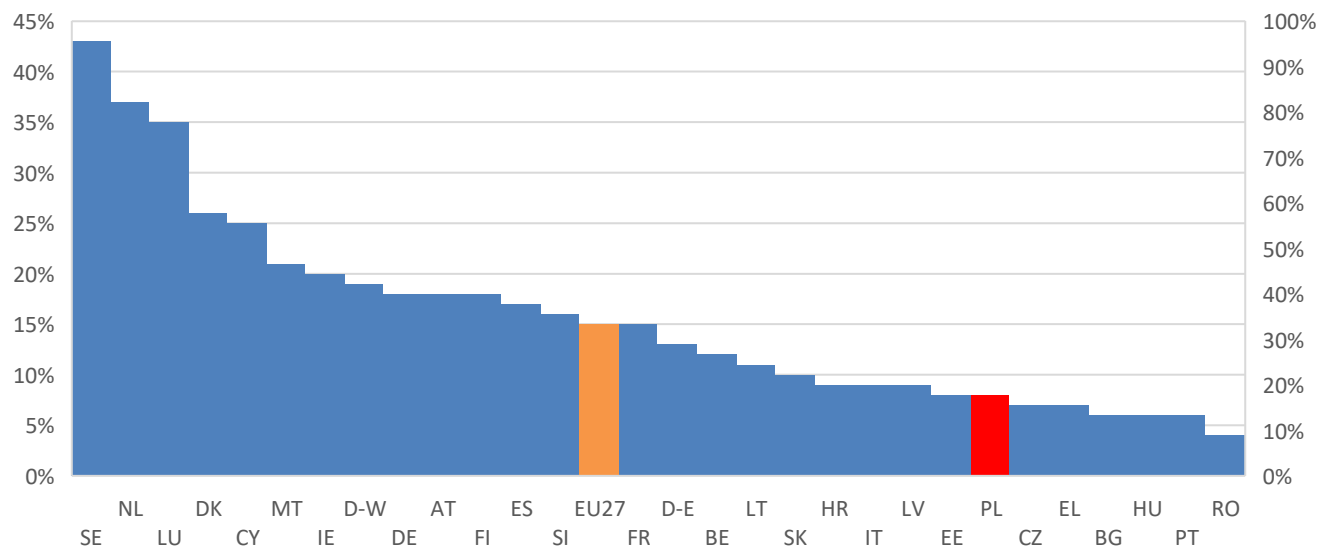
Wygoda i łatwość przygotowania jest dla mnie ważniejsza niż cena, bo nie mam czasu na trudne gotowanie



Źródło: badania Danae Sp. z o.o. dla Polski Karp Sp. Z o.o.
Organizacja Producentów, CAWI, n=1000, styczeń 2025 r.

Skłonność do płacenia więcej za rybę przyjazną środowisku

Czy bylibyś skłonny zapłacić więcej za produkty rybne, jeśli miałbyś pewność, że zostały one pozyskane lub wyhodowane w sposób zrównoważony?



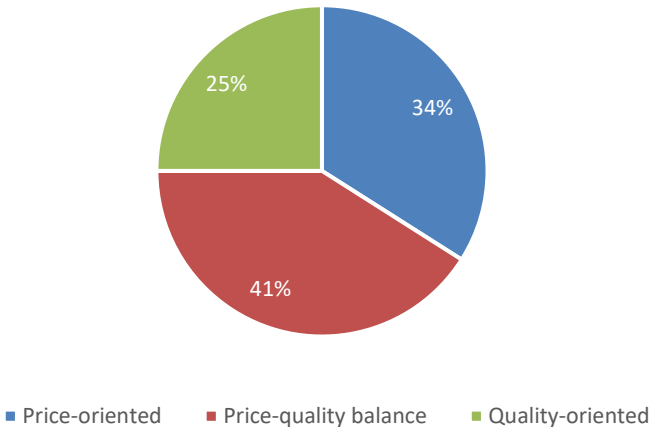
Ryzyko utraty konsumentów przy podwyżce cen

Na ile zgadzasz się ze stwierdzeniem: „Mam tendencję do zastępowania ryb i owoców morza - mięsem lub innymi źródłami białka, gdy ceny rosną”

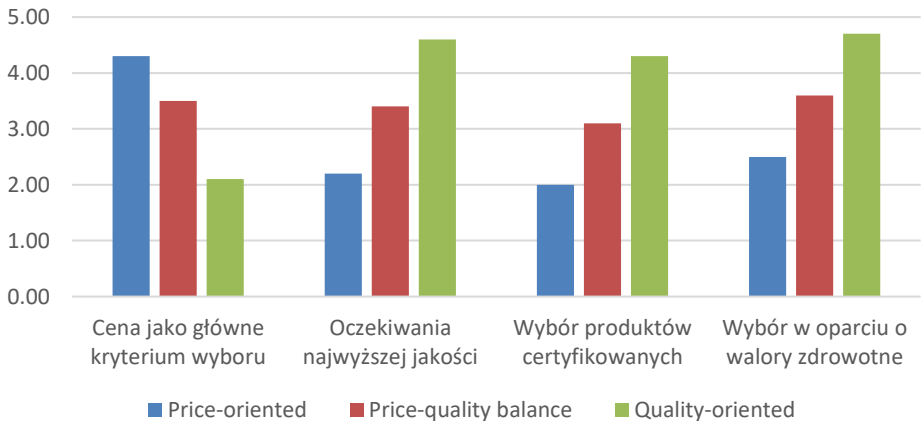


Spójrzmy głębiej: segmentyzacja konsumentów w Polsce, a oczekiwanie jakości

Segmenty konsumentów ryb w Polsce



Siła oczekiwań w poszczególnych segmentach konsumentów

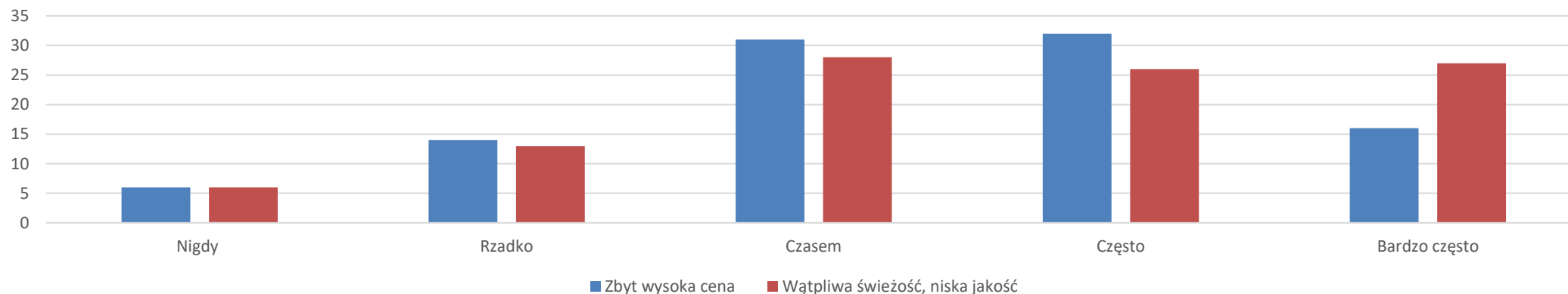


Wskaźnik	Odsetek quality-oriented (%)
Wiek	30-44 lat (38%)
Miejsce zamieszkania	Miasta 100 tys.+ (38%)
Wykształcenie	Wyższe (50%)
Dochody miesięczne respondenta	6,000 PLN+ (30%)

Źródło: Kulikowski, T., Szulecka, O., & Kabiesz, D. (2025). An analysis of consumer attitudes and purchasing behavior in the fish and seafood market [manuskrypt]

Spójrzmy głębiej: segmentyzacja konsumentów w Polsce, a oczekiwanie jakości

Czy zdarzyło Ci się zrezygnować z zaplanowanego zakupu ryby/produktu rybnego z jednego z poniższych powodów...

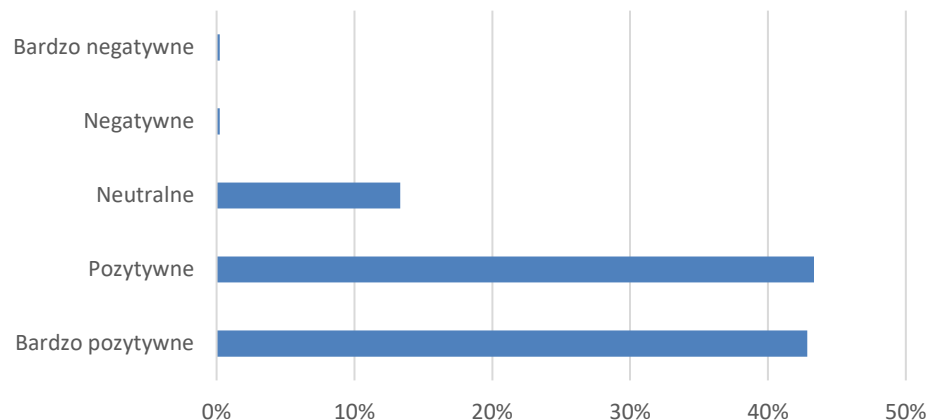


Źródło: Kulikowski, T., Szulecka, O., & Kabiesz, D. (2025). An analysis of consumer attitudes and purchasing behavior in the fish and seafood market [manuskrypt]

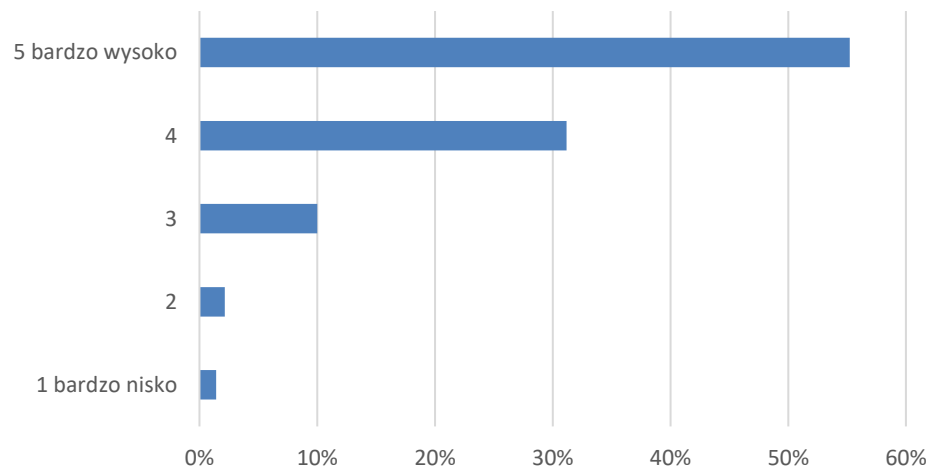
Konsumenci szybciej zaakceptują nieco niższą jakość produktów żywnościowych, które uważają za powszechne, masowe i w miarę tanie. Produkty rybne są relatywnie drogie, więc w przypadku wątpliwości co do ich jakości – dość łatwo wyrzucić je z koszyka zakupowego.

Czy karp spełnił oczekiwania nabywców w 2024 r.?

Jak ocenił(a)byś ogólne doświadczenie związane z zakupem karpia?



Ocena zakupionego karpia: Smak

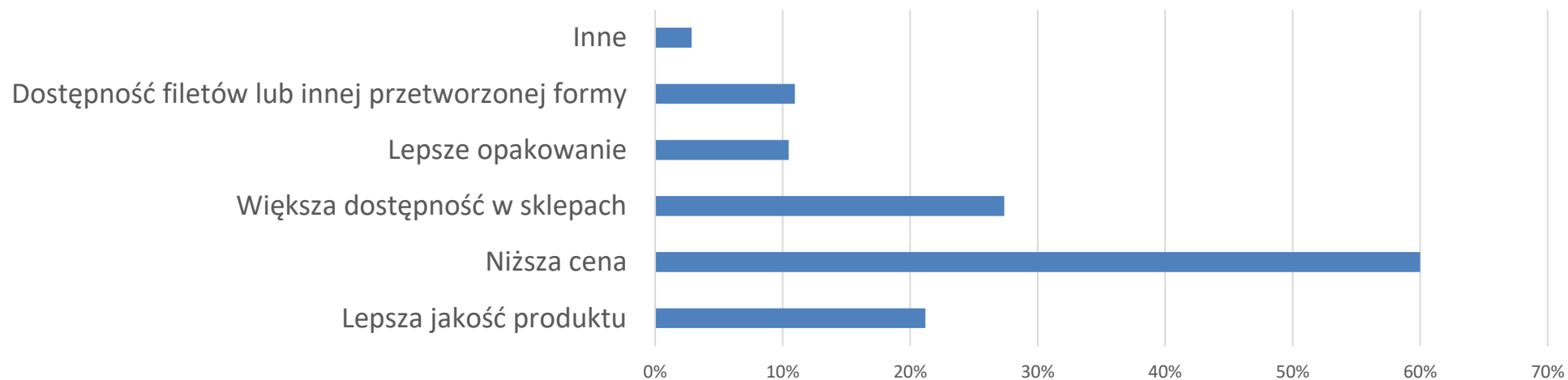


Źródło: badania Danae Sp. z o.o. dla Polski Karp Sp. Z o.o.
Organizacja Producentów, CAWI, n=1000, styczeń 2025 r.

Poziom zadowolenia konsumentów, którzy nabyli karpia w gospodarstwach jest w sposób oczywisty – wyższy niż wśród konsumentów nabywających produkty z karpia w sieciach handlowych.

Oczekiwania nabywców karpia na przyszłość

Co mogłoby poprawić satysfakcję z zakupu karpia w przyszłości?



Źródło: badania Danae Sp. z o.o. dla Polski Karp Sp. Z o.o.
Organizacja Producentów, CAWI, n=1000, styczeń 2025 r.

Konkluzje

- Ryby z hodowli wymaga wiele pracy promocyjnej, pracy nad ich wizerunkiem
- 1/3 konsumentów w Polsce jest bardzo wrażliwa cenowo
- Dominującym ilościowo segmentem konsumentów są osoby, które przy wyborze produktów balansują pomiędzy oczekiwaniem jakości a oczekiwaniem niskiej ceny
- Co czwarty polski konsument jest zorientowany na jakość i jest skłonny płacić więcej za produkty premium, w tym segmencie znajdujemy konsumentów najbardziej podatnych na naszą promocję opierającą się na informowaniu o walorach pro-zdrowotnych i pro-środowiskowych produktów akwakultury
- Konsumentka ocena niskiej jakości/świeżości ryb i produktów rybnych jest częstszą przyczyną odstąpienia od zaplanowanego zakupu ryb i produktów rybnych niż zbyt wysoka cena oferowanego produktu
- Na tym tle poziom satysfakcji z zakupu karpia w ostatnim sezonie sprzedażowym jest całkiem wysoki, aczkolwiek spory odsetek konsumentów wskazuje (poza życzeniowością w odniesieniu do niższej ceny) na oczekiwanie lepszej dostępności ryby (w tym ryby przetworzonej) i jeszcze lepszej jakości oferowanego produktu.
- **Strategia zapewnienia bezwarunkowo wysokiej jakości (świeżości) produktów z akwakultury jest jedyną strategią wygrywającą. To podstawowy warunek budowania lojalności nabywców.**

Dziękuję za uwagę



Tomasz Kulikowski
Zakład Ekonomiki Rybackiej
Morski Instytut Rybacki – Państwowy Instytut Badawczy
tkulikowski@mir.gdynia.pl

