

FILÊ CÁ ĐÔNG LẠNH HS030420 – THỊ TRƯỜNG BA LAN

XU HƯỚNG

1. Xu hướng và hành vi tiêu dùng của người Ba Lan

Thị trường tiêu thụ cá của Ba Lan theo xu hướng yêu cầu về sức khỏe và thuận lợi cho người tiêu dùng. Tuy nhiên những tác động này đối với việc tiêu thụ sản phẩm này tại thị trường Ba Lan cũng không đáng kể lắm.

Sức khỏe

Một trong những vấn đề có liên quan đến lợi ích cho sức khỏe mà người tiêu dùng Ba Lan quan tâm là thích dùng các sản phẩm có chứa ít béo và không béo. Người tiêu dùng Ba Lan thích sử dụng các sản phẩm có hàm lượng giá trị dinh dưỡng cao và cá là một trong những sản phẩm đáp ứng được yêu cầu này do có hàm lượng calori thấp, nhưng chứa lượng chất đạm, vitamin và các khoáng chất cao.

Lợi ích

Tại các quốc gia châu Âu cũng như ở Ba Lan thời gian dành cho mua sắm và chuẩn bị các thức ăn trong bữa ăn ngày càng giảm trong thập kỷ qua. Đã có một xu hướng gia tăng ngày càng mạnh về các sản phẩm nấu nướng được đóng gói thuận tiện và dễ dàng để chuẩn bị cho bữa ăn.

Do đó, khi chọn mua các sản phẩm cá hay thủy sản, người tiêu dùng thích mua các loại sản phẩm đã được chế biến sẵn, cũng như các loại sản phẩm được đông lạnh.

Chứng nhận

Người tiêu dùng Ba Lan càng ngày càng quan tâm đến việc đánh bắt thủy hải sản và hậu quả đối với môi trường và xã hội của việc đánh bắt. Vấn đề quan tâm này thường được hướng vào các nhà bán lẻ chính và các nhà bán lẻ này phải bảo đảm rằng các nhà cung cấp chứng minh được nguồn gốc xuất xứ của các sản phẩm do họ sản xuất.

Hầu như người tiêu dùng của tất cả các quốc gia châu Âu đều quan tâm nhiều đến vấn đề này. Chứng nhận được nhiều người biết đến là nhãn MSC (Marine Stewardship Council, Hiệp hội Quản lý Hàng hải, <http://www.msc.org>), được dán trên các túi bán lẻ và người tiêu dùng dễ dàng nhận thấy được.

2. Xu hướng ngành

Tại Ba Lan hệ thống siêu thị đã trở nên phổ biến đối với người tiêu dùng. Hệ thống siêu thị chiếm khoảng 40% thị phần bán lẻ đối với mặt hàng thủy sản. Điều này chứng tỏ các siêu thị đang chiếm ưu thế hơn so với các hệ thống phân phối bán lẻ khác về hàng thủy sản tại Ba Lan làm góp phần gia tăng tiêu thụ sản phẩm này.

Một xu hướng nổi bật khác là do một nhà cung ứng khác hay một nhà sản xuất khác cung ứng một vài hay tất cả các khâu hoạt động chế biến (như thế sẽ đỡ tốn kém hơn là tự làm) cho quốc gia có nguồn gốc xuất xứ của loại thủy hải sản được nhập khẩu.

Ngoài ra, cùng với sự phát triển của ngành công nghiệp chế biến thủy sản Ba Lan ngày càng gia tăng việc chế biến các sản phẩm thủy hải sản được đánh bắt bởi những đội tàu của mình và được gia công sản xuất tại chỗ.

3. Xu hướng về phong cách sống

Người Ba Lan không có nhiều bữa ăn mang tính truyền thống về mặt hàng thủy sản. Tuy nhiên cùng với sự phát triển của hệ thống siêu thị và nhà hàng đã làm khơi dậy sự quan tâm của người tiêu dùng trong việc chọn các sản phẩm thủy hải sản trong các bữa ăn hàng ngày.

4. Xu hướng trong những phân khúc

Có một sự khác biệt rất lớn giữa các sản phẩm đã có nhãn mác và nhãn hiệu riêng biệt. Filê cá đã có nhãn mác đặc biệt rất quan trọng trong phân khúc sản phẩm đông lạnh và chế biến. Các thương hiệu có thể mạnh trong các quốc gia về chế biến cá đông lạnh sẽ được mua nhiều trong các siêu thị. Nói chung, Các sản phẩm của các quốc gia đang phát triển được bán ở các siêu thị dưới thương hiệu của các công ty của các quốc gia EU.

5. Xu hướng đổi mới

Các hệ thống siêu thị lớn đang có yêu cầu ngày càng tăng về sản phẩm filê cá đã được sơ chế và đóng gói sẵn, được đóng gói trong những khay phần thức ăn nhỏ. Điều này có khả năng dẫn đến việc gia tăng

lượng tiêu thụ. Do nhu cầu cao về các sản phẩm filê cá đông lạnh được đóng gói sẵn này, vấn đề phát triển kỹ thuật đóng gói và làm lạnh mới (như đóng gói chân không) nhằm kéo dài thêm hạn sử dụng là một trong những xu hướng cải tiến trong ngành.

6. Xu hướng phát triển sản phẩm/giá trị gia tăng

Nhu cầu về các sản phẩm có giá trị gia tăng và thuận tiện đang gia tăng. Ví dụ như: filê cá có kích cỡ vừa và nhỏ, filê cá cắt các dạng lăn bột, filê cá đựng trong khay đã được đóng gói bán trực tiếp cho người tiêu dùng, và filê cá đã được chế biến sẵn cho các bữa ăn.

Người tiêu dùng thường mua các sản phẩm filê cá đã được cắt thành từng phần nhỏ và đóng gói sẵn, hoặc được chế biến sẵn để giảm bớt thời gian nấu ăn.

Theo những khuynh hướng mới này, các sản phẩm giá trị gia tăng được thiết kế chủ yếu để:

- Lôi cuốn nhóm khách hàng mục tiêu.
- Mở rộng các kênh phân phối mới (Filê cá dành cho bữa ăn trưa, ăn tối nhanh và ăn liền tại chỗ).
- Lôi cuốn khách hàng có mức thu nhập khá bằng cách thuyết phục họ với các sản phẩm đắt giá.