

Streszczenie rozprawy doktorskiej

Imię i nazwisko autora:

mgr Paweł Albert Korneta

Stopień naukowy oraz imię i nazwisko promotora rozprawy:

dr hab. Aleksander Lotko prof. nadzw. UTH Rad

Temat rozprawy doktorskiej:

„Czynniki kształtujące strukturę popytu na detalicznym rynku spożywczym”

Uczelnia:

Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu

Rynek detaliczny pełni bardzo istotną funkcję w gospodarce, gdyż umożliwia przepływ towarów, środków pieniężnych oraz informacji pomiędzy producentami a konsumentami. Szczególną rolę na detalicznym rynku stanowi handel artykułami spożywczymi, których udział w handlu na polskim rynku w 2014 roku stanowił 25%. W tym czasie wartość detalicznego rynku artykułów spożywczych w Polsce wynosiła 182 mld. zł. Rynek ten w latach 2010-2015 przechodził przez liczne zmiany, z których szczególnie istotną była zmiana w strukturze rynku. Udział handlu tradycyjnego w latach 2010-2015 zmalał z 35% do 21%. Wyzwania i zmiany zachodzące na polskim rynku detalicznym w latach 2010-2015 były charakterystyczne dla wielu innych krajów. W literaturze zaprezentowanych zostało wiele koncepcji oraz czynników wyjaśniających zmiany w strukturze detalicznego rynku. W koncepcjach tych, dla rynków rozwiniętych, podkreślana była szczególna rola konsumenta. Nie powstała jednak teoria czy model, który w sposób kwantyfikowalny wyjaśniałby zachodzące zmiany. Dodatkowo, teorie te nie uwzględniały specyfiki detalicznego rynku spożywczego.

W związku z tym za cel pracy przyjęto wyjaśnienie zachowań konsumentów na detalicznym rynku artykułów spożywczych, a w konsekwencji określenie struktury strony popytowej tego rynku. Dla tak sformułowanego celu rozprawy, sformułowana została teza stanowiąca, iż struktura popytu jest zależna od sytuacji zakupowych i postrzeganej oferty detalisty, której znaczenie jest zmienne w zależności od charakterystyki danego konsumenta, w ramach ograniczeń wynikających z lokalizacji detalisty.

Struktura pracy obejmuje pięć rozdziałów, które odpowiadają celowi głównemu i celom szczegółowym. Pierwsze dwa z nich mają charakter teoretyczny i obejmują krytyczną analizę aktualnego dorobku naukowego, raportów branżowych oraz danych ekonomiczno-finansowych. Rozdziały te umożliwiły zidentyfikowanie luki badawczej, głównych czynników

Korneta Paweł

wpływających na strukturę popytową badanego rynku oraz założeń do opracowanego autorskiego modelu zachowań konsumentów. Kolejne trzy rozdziały stanowią część empiryczną. W rozdziale trzecim zaprezentowane zostało holistyczne podejście do rozwiązania postawionego problemu. Następnie w czwartym rozdziale potwierdzone zostały hipotezy niniejszej dysertacji. Rozdział piąty zawiera opracowane modele zachowań konsumenta oraz ich znaczenia dla struktury popytu na detalicznym rynku artykułów spożywczych.

Do rozwiązania problemu badawczego zostały zastosowane adekwatne metody i techniki. Część teoretyczna bazowała na krytycznej analizie literatury, raportów branżowych, stron detalistów, danych rynkowych i finansowych dostępnych w bazach EMIS i Euromonitor oraz wywiadach z ekspertami z branży i środowiska naukowego. W części empirycznej do pozyskania danych pierwotnych, zostało przeprowadzone autorskie badanie mierzące percepcję i zachowania konsumentów na detalicznym rynku spożywczym. Badanie CAWI (badanie bezpośrednie za pośrednictwem Internetu) zostało przeprowadzone na reprezentatywnej, losowo dobranej próbie 1364 respondentów. Badaniem objęto 15 sklepów detalicznych różnych formatów, które w 2013 roku stanowiły 75% wartości rynku. Hipotezy zostały zweryfikowane w oparciu o testy statystyczne. W zależności od rodzaju zmiennej zastosowane zostały odpowiednio następujące testy statystyczne: Wilcoxa, Kruskal-Wallisa, chi-kwadrat oraz ANNOVA. Do modelowania zachowań konsumenta wykorzystano metodykę SEMMA. W szczególności, przy konstruowaniu sieci neuronowej został wykorzystany algorytm propagacji wstecznej. Wszystkie analizy zostały przeprowadzone w języku R przy użyciu oprogramowania R-Studio oraz arkusza kalkulacyjnego Excel.

W podsumowaniu zaprezentowane zostały wnioski z części teoretycznej oraz empirycznej, ograniczenia badawcze oraz kierunki dalszych prac. W części empirycznej dotyczącej czynników kształtujących strukturę popytu określono, że percepcja detalisty jest związana z wyborem miejsca zakupu przez konsumenta. Szczególnie istotnymi czynnikami przy wyborze detalisty są kryteria niskich cen oraz zaufanie. Stanowiło to weryfikację hipotezy pierwszej. Stwierdzono również, że charakterystyka konsumenta ma znacznie dla postrzegania sklepów detalicznych. Najważniejszymi cechami konsumenta różnicującymi percepcję detalistów są zarobki i wiek konsumenta. W związku z tym zweryfikowana została hipoteza druga. Potwierdzono zależność pomiędzy sytuacjami zakupowymi a zachowaniami konsumenta, co było przedmiotem hipotezy trzeciej. Dodatkowo, w pracy określono, że konsumenci dokonują wyboru punktów sprzedaży tylko z określonego obszaru. W ramach tego obszaru, lokalizacja nie ma wpływu na zachowania konsumenta. Stanowiło to weryfikację hipotezy czwartej. W części empirycznej dotyczącej opracowanych modeli określono

Gorneta Paweł

zależność pomiędzy strukturą popytu a zachowaniami konsumenta. Ustalono również, że model oparty na sieciach neuronowych w najlepszym stopniu prognozuje zachowania konsumenta, ale w niskim stopniu przyczynia się do wyjaśnienia analizowanego zjawiska. Autorski model, stanowiący syntezę wcześniejszych modeli, umożliwia zarówno prognozę zachowań konsumenta oraz je wyjaśnia. Struktura rynku otrzymana za pomocą autorskiego modelu w dobry sposób odzwierciedla rzeczywistą strukturę rynku.

Praca zawiera wkład własny autora dotyczący rozwiązania przedstawionego problemu, który obejmuje: opracowanie kwestionariusza badawczego umożliwiającego pomiar preferencji i zachowań konsumentów na detalicznym rynku artykułów spożywczych, zidentyfikowanie i ocenę czynników wpływających na zachowania konsumentów na badanym rynku, zaadaptowanie wcześniejszy modeli do specyfiki detalicznego rynku artykułów spożywczych, opracowanie autorskiego modelu wyjaśniającego zachowania konsumentów na detalicznym rynku artykułów spożywczych, określenie zależności pomiędzy zachowaniami konsumentów na detalicznym rynku artykułów spożywczych a strukturą popytu tego rynku.

Korneta Paweł

Summary of PhD dissertation

Author's first name and surname:

mgr Paweł Albert Korneta

Academic degree, surname and name of scientific coordinator:

dr hab. Aleksander Lotko prof. nadzw. UTH Rad

Title of doctoral dissertation:

„Determinants shaping demand market structure on the grocery retail market”

University:

Kazimierz Pulaski University of Technology and Humanities in Radom

Retail market plays a very important role in the economy, as it enables flow of goods, money and information between producers and consumers. Grocery products accounted for 25% of retailing value in 2014 on the Polish market. Therefore, grocery products can be considered as one of the most important ones on the market. At that time, value of the grocery retail market accounted for PLN 182 bn. In 2010-2015, the market was in a transition period. One of the most important changes was connected to market structure. In 2010-2015, share of traditional trade went down from 35% to 21%. Challenges and changes witnessed on the Polish market were common for many other countries. In the literature were presented many concepts and determinants concerning changes in the retail market structure. Concepts of retail evolution on developed markets stressed particularly important role of consumer. Yet, it hasn't been developed a theory or a model, which in quantified manner would explain changes in a structure evolution. The concepts were not adjusted to the specific situation of the grocery retail market.

The purpose of this research was to investigate consumer behaviour on grocery retail market, and therefore to identify demand structure of the market. Based on the stated purpose, the following thesis was formulated: demand structure depends on shopping situation and perception of retailers offer, which varies across different types of consumers, in limitation related with location of retailer.

Dissertation structure consists of five chapters, which respond to main and specific goals of the dissertation. The first and second chapter are theoretical ones, which comprise mostly of literature review, market reports and financial and economic data. Based on those two chapters: it was identified research gap and research question, created long list of factors influencing demand structure of the market and determined relevant assumptions for the research. The next three chapters form an empirical part. In chapter three, it was presented holistic approach to solving a problem. In chapter four are verified hypothesis of the dissertation. In chapter five

Korneta Paweł

are presented two things: developed consumer behaviour models and link between those models and demand market structure.

Adequate methods and technics were used to solve research problem. In theoretical part, it was analyzed: literature, market publications, web-sites of retailers, market and financial data obtained from EMIS and Euromonitor, and conducted interviews with experts from academics and business practice. In order to obtain data, in empirical part, it was conducted a survey developed by author, which measured perception and consumer behaviour on grocery retail market. Sample of CAWI survey (Computer-Assisted Web Interview) consisted of 1364 random respondents. In survey questionnaire were included 15 retailers, which accounted for 75% of the market value in 2013. Hypothesis were verified through the following statistical tests: Wilcxon, Kruskal-Wallis, chi-squared, ANNOVA and MANNOVA. SEMMA methodology was used to model consumer behaviour. Particularly, to model neural networks it was used the backward propagation. All analysis were conducted with usage of Excel or R language programmed in R-Studio.

Summary of the thesis consists of presentation of implications from theoretical and empirical part, limitation of the research and following works. The first conclusion coming from empirical part is that demand structure depends on retailers offer perception. Especially, two factors are important: low price and trust perception. It confirmed the first hypothesis. Moreover, retailers offer perception depends on consumer characteristic. Age and consumer income are the most differential factors of retailers offer perception. It confirmed the second hypothesis. Furthermore, it was confirmed relation between shopping situation and consumers behaviour. It confirmed the third hypothesis. Finally, it thesis were presented evidences that consumer chose store form limited area. Yet, within this area location do not influence consumer behaviour. It confirmed the fourth hypothesis. Developed models provided evidences that, the demand structure depends on consumer behaviour. The best prediction is done by model, which is based on neural networks. Yet, it provided little information regarding analyzed case. Authors model, which was a synthesis of previous models, enables both prediction and explanation of consumer behaviour. Market structure estimated with usage of authors model correspond to real market structure.

Authors contribution consists of the following elements: development of questionnaire, which enables to measure perception and consumer behaviour, identification and assessment of factors influencing consumer behaviour on the market, adaptation of previous models to grocery retail market, development of authors consumer behaviour model adequate for the market, identification of relation between demand market structure and consumer behaviour.

Korneta Paweł