

Marta Dziechciarz

Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu

KLASYFIKACJA KONSUMENTÓW NA RYNKU DÓBR TRWAŁEGO UŻYTKOWANIA W POLSCE

1. Wstęp

W pracy podjęto próbę klasyfikacji konsumentów na rynku dóbr trwałego użytkowania. Badanie przeprowadzono na obszarze województwa dolnośląskiego na nielosowej grupie respondentów. Głównym celem była diagnoza stanu posiadania dóbr trwałego użytku, motywów dokonywania zakupów oraz obserwacja preferencji i zachowań konsumentów wybranych produktów trwałego użytku. Badany rynek dóbr trwałego użytku jest rynkiem specyficznym i z tego powodu nie jest możliwe swobodne przeniesienie i aplikacja rozwiązań stosowanych na rynku dóbr konsumpcyjnych. Z tego względu badanie miało charakter pilotażowy – próbowa-
no określić specyfikę zachowań konsumentów na tym rynku.

Starano się zweryfikować hipotezy zakładające, że możliwa jest identyfikacja szczególnie aktywnych uczestników rynku dóbr trwałego użytkowania. Analizowano wpływ czynników socjoekonomicznych i psychologicznych, takich jak faza cyklu życia rodziny, stosunek do sprzedaży ratalnej oraz poziom optymizmu konsumentckiego na skłonność do zakupu. Do analizy wyników przeprowadzonego badania ankietowego wykorzystano wybrane techniki klasyfikacji. Uzyskane wyniki klasyfikacji konsumentów posłużyły do weryfikacji postawionych hipotez badawczych.

2. Rynek dóbr trwałego użytkowania

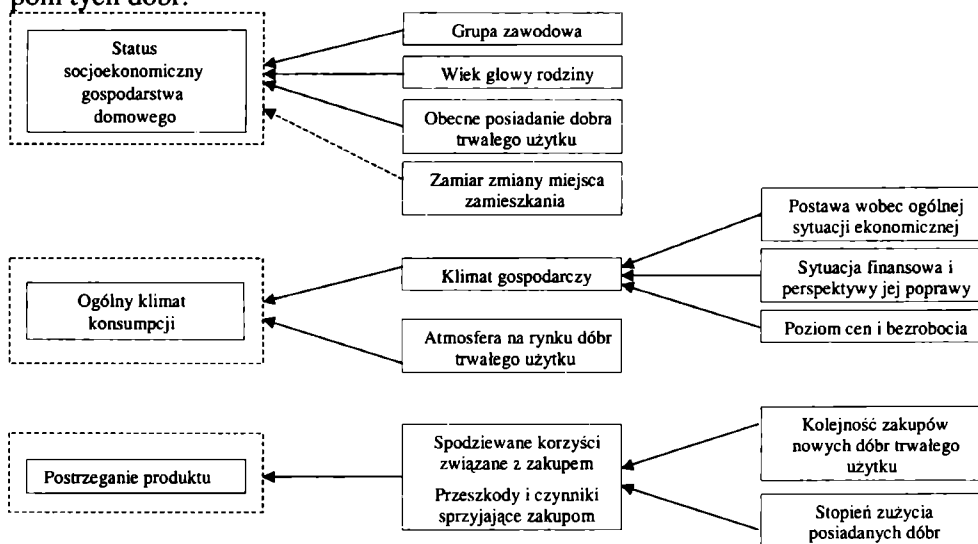
Rynki dóbr konsumpcyjnych są szeroko omawiane w literaturze, natomiast rynek dóbr trwałego użytku bardzo rzadko jest przedmiotem zainteresowania autorów publikacji marketingowych. Pojęcie dóbr trwałego użytkowania jest najczę-

ściej definiowane z uwzględnieniem cechy znacznej wartości i trwałości tych produktów. Do dóbr trwałego użytkowania zalicza się przede wszystkim:

- wyposażenie (i umeblowanie) gospodarstwa domowego,
- elektronikę użytkową,
- urządzenia gospodarstwa domowego (w tym AGD),
- samochody i inne pojazdy mechaniczne.

W przeprowadzonym badaniu z definicji tej wyłączono umeblowanie gospodarstwa domowego, ponieważ uznano, że umeblowanie jest pojęciem obszernym i różnie interpretowanym, a przez to trudnym do zdefiniowania.

Dobra trwałego użytku są jedną z ważniejszych grup, na które gospodarstwo domowe ponosi swoje wydatki. Dobra trwałego użytku przeważnie kosztują więcej niż pozostałe produkty codziennego użytku i wiąże się z nimi większe ryzyko finansowe. Ponadto proces zakupu dobra trwałego użytku jest specyficzny, ponieważ konsument po dokonaniu zakupu pozostaje nieobecny na rynku przez dłuższy czas, po którym znowu na krótko powraca w celu zakupu dodatkowego dobra lub wymienienia już posiadanego. Pomimo tego, iż konsumenci są aktywni na rynku przez krótki czas, a po dokonaniu zakupu pozostają nieobecni przez długi okres, niezaprzeczalnie przeznaczają relatywnie znaczne sumy w chwili dokonywania zakupu na rynku. Z tego powodu warto zastanowić się, czym wyróżniają się konsumenci dóbr trwałego użytku i jakie specyficzne okoliczności towarzyszą zakupom tych dóbr.



Rys. 1. Czynniki determinujące zachowania gospodarstw domowych na rynku dóbr trwałego użytku
Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Pickering 1968, s. 178-193].

Podobnie jak na rynku dóbr konsumpcyjnych także na rynku dóbr trwałego użytku możliwe jest wyodrębnienie cech, które wyróżniają poszczególne grupy konsumentów dóbr trwałego użytku. Podstawowym problemem jest identyfikacja

takiego układu zmiennych charakteryzujących konsumentów (zob. [Morgan 1965, s. 289-306; Strober, Weinberg 1980, s. 338-348; Nickols, Fox 1983, s. 197-208; Kim 1989, s. 391-409]), który umożliwiłby jednocześnie pomiar intencji zakupów oraz przewidywanie zmian popytu. Najważniejsze w tym zakresie mogą wydawać się zmienne socjoekonomiczne. Jednak na zachowania nabywców (gospodarstw domowych) wpływają również takie czynniki, jak: ogólny klimat konsumpcji związany z sytuacją gospodarczą oraz atmosferą na rynku dóbr trwałego użytku, a także elementy postrzegania produktu mierzone oczekiwaniem korzyści związanych z zakupem, skonfrontowane z przeszkodami i okolicznościami sprzyjającymi zakupowi [Winner 1985, s. 175-184].

3. Przebieg badania

Przeprowadzone badanie miało na celu zweryfikowanie założeń wstępnych. Pierwsza postawiona hipoteza mówiła o tym, że możliwa jest identyfikacja tych grup konsumentów, które w większym stopniu są uczestnikami rynku dóbr trwałego użytkowania. Ponadto autorka starała się zweryfikować hipotezy zakładające, że:

- na poziom skłonności do zakupu mają wpływ czynniki socjoekonomiczne i psychologiczne,
- faza cyklu życia rodziny, w którym znajduje się gospodarstwo domowe, zasadniczo determinuje stan posiadania i skłonność do zakupu nowych dóbr,
- skłonność do oszczędzania oraz pozytywny stosunek do sprzedaży ratalnej stymulują skłonność do zakupu i przyspieszają decyzje zakupowe nabywców,
- poziom optymizmu konsumenckiego ma wpływ na częstotliwość deklaracji o zamiarze zakupu dóbr trwałego użytkowania,
- stan wyposażenia gospodarstwa domowego ma wpływ na dokonywane zakupy dóbr trwałego użytkowania – konsumenci, którzy już posiadają poszczególne dobra, dążą do zakupu kolejnych egzemplarzy.

Badanie miało charakter pilotażowy. Celowo wybrano grupę badaną tak, by zawierała osoby (gospodarstwa domowe) aktywne rynkowo. Uznano, że wśród studentów, zwłaszcza słuchaczy studiów dla pracujących, należy spodziewać się dużego odsetka poszukiwanego typu konsumentów. W tym kontekście warunek losowości badanej zbiorowości nie był najistotniejszy. Badanie przeprowadzono na próbie wygodnej. Oznacza to, że nie można w jednoznaczny sposób stwierdzić, czy uczestniczące osoby są reprezentatywne dla docelowej populacji. Badanie przeprowadzono na grupie 303 osób z obszaru Dolnego Śląska. Zatem choć liczebność badanej zbiorowości była wystarczająco duża, aby być reprezentatywna dla mieszkańców województwa dolnośląskiego, nie analizowano jej z tego punktu widzenia. Ze względu na tę cechę badanej zbiorowości próby wygodne nie są polecane dla badań opisowych czy przyczynowych. Można je jednak wykorzystywać do projektów poznawczych, w

których główny nacisk kładzie się na generowanie hipotez badawczych i uzyskanie wglądu w badaną problematykę [Churchill 2002, s. 497-500].

Ankietowani w opisywanym badaniu charakteryzowali się cechami dość typowymi dla polskiego społeczeństwa. W 65% badanych gospodarstw domowych mężczyzna jest głównym (pierwszym) żywicielem rodziny. Główny żywiciel rodziny pracuje: w 35% na stanowisku nierobotniczym, a w 28% na stanowisku robotniczym. W 40% pierwszy żywiciel rodziny jest w wieku 45 do 54 lat, a w 22% jego wiek mieści się w przedziale od 25 do 34 lat. Niemalże w 40% (38%) pierwszy żywiciel rodziny na wykształcenie wyższe, a średnie zawodowe w 31%. Badane gospodarstwa to rodziny 3-osobowe (34%) i 4-osobowe (32%). Ze względu na specyfikę badanej zbiorowości, prawie połowa gospodarstw domowych jest w dojrzałej fazie cyklu życia rodziny, gospodarstwa w wieku: 21-29 lat stanowiły 47%, a gospodarstwa młode – poniżej 5 lat (22%). Podobny odsetek (22%) to rodziny, które mają od 6 do 20 lat.

Połowa przebadanych gospodarstw deklarowała miesięczny dochód netto na osobę mniejszy niż 1000 zł (50%). Kwotą od 1001 do 2200 zł dysponuje 41% badanych rodzin. Większość gospodarstw zgromadziło niewiele oszczędności. Ponad 60% (61%) spośród nich ma zaoszczędzone mniej niż 5000 zł. Niemal jedna trzecia badanych (28%) posiada od 5001 do 30 tys. zł oszczędności.

W analizie korzystano z danych pierwotnych zgromadzonych za pomocą kwestionariusza ankiety. Pierwsza grupa pytań ankiety dotyczyła 30 wybranych dóbr trwałego użytku. Pytania te miały na celu identyfikację liczby obecnie użytkowanych przez dane gospodarstwo domowe dóbr oraz deklarowanego prawdopodobieństwa (wyrażonego w procentach), że w gospodarstwie domowym w nadchodzącym roku dokonany zostanie zakup nowego egzemplarza dobra trwałego użytkowania. Produkty zamieszczone w kwestionariuszu zostały wybrane na podstawie formularza badania budżetów domowych stosowanego przez Główny Urząd Statystyczny oraz przytoczonej wcześniej definicji dóbr trwałego użytku.

Kolejne części ankiety dotyczyły motywów zakupu sprzętu AGD, stosunku do oszczędzania oraz do korzystania ze sprzedaży ratalnej w gospodarstwie domowym.

4. Klasyfikacja konsumentów na rynku dóbr trwałego użytkowania według wybranych grup charakterystyk

Klasyfikację wykonano na podstawie wyróżnionych grup charakterystyk konsumentów. Oprócz pokazanych tutaj cech opisujących stan posiadania i deklaracji zamiaru zakupu badano również charakterystyki ilustrujące motyw zakupu, optymizm konsumentów i skłonność do oszczędzania. Grupowanie przeprowadzono osobno dla poszczególnych grup pytań (zmiennych). Klasyfikacja zbioru obiektów według obecnego stanu posiadania dóbr trwałego użytku oraz klasyfikacja zbioru obiektów według deklarowanego zamiaru zakupu dobra trwałego użytku zostały przeprowadzone na podstawie 30 pytań każda.

4.1. Klasyfikacja według obecnego stanu posiadania

Klasyfikację zbioru obiektów według obecnego stanu posiadania dóbr trwałego użytku przeprowadzono z wykorzystaniem uogólnionej miary odległości (GDM). Przeprowadzono klasyfikację hierarchiczną metodą Warda z wykorzystaniem 30 zmiennych. Wynikiem klasyfikacji był podział na 3 klasy o liczebnościach odpowiednio: 66, 158 i 79 obiektów. W klasie pierwszej znalazły się gospodarstwa mające najmniej dóbr trwałego użytku, zwykle średnio najmniej w całej badanej zbiorowości. W tej klasie w przeszło połowie przypadków (54%) odpowiedzi respondentów wskazywały, że gospodarstwo nie posiada danego dobra.

Klasa druga jest najliczniejszą grupą i charakteryzuje się tym, że te gospodarstwa posiadają zwykle po jednym egzemplarzu danego dobra. W grupie tej obserwuje się, że aż 56% respondentów formułuje odpowiedzi stwierdzające, że gospodarstwo ma jedną sztukę danego produktu trwałego użytku. Jest to sytuacja najbardziej typowa, która w przypadku tego typu dóbr jest całkowicie uzasadniona i oczekiwana.

Kolejna grupa respondentów – klasa trzecia, to gospodarstwa mające zwykle więcej niż jeden egzemplarz danego dobra. Prawie trzy czwarte (74%) ankietowanych przyznało, że w ich gospodarstwie znajduje się jedna lub więcej niż jedna sztuka danego produktu trwałego użytku.

4.2. Klasyfikacja według deklarowanych zamiarów zakupu

Kryteriami przeprowadzonej klasyfikacji były zmienne, w których respondenci deklarowali zamiary zakupu dóbr trwałego użytku w kolejnych 12 miesiącach. Podstawą klasyfikacji był zbiór 30 obiektów. Klasyfikacji dokonano z zastosowaniem metody *k*-średnich, w której punktem wyjścia był podział zbioru obiektów na trzy klasy. Pierwsza klasa objęła 30 obiektów, klasa druga 70, a trzecia 203 obiekty.

Respondenci zaliczeni do klasy trzeciej to gospodarstwa deklarujące brak planu zakupu (w najbliższym roku). Z 30 badanych produktów aż w 26 wypadkach średnie prawdopodobieństwo zakupu było najmniejsze. W przypadku niemal wszystkich produktów średnie wartości deklarowanego prawdopodobieństwa, że w najbliższym roku dokonane zostaną zakupy, są znacznie mniejsze. Na przykład, podczas gdy w klasie drugiej średnia deklarowana chęć zakupu odtwarzacza DVD wyniosła 54,5%, to w klasie trzeciej już tylko 2,7%. Innym przykładem może być komputer osobisty i drukarka. W klasie pierwszej deklarowane średnie znajdowały się odpowiednio na poziomie: 55,8 i 57,0%, a w klasie trzeciej wyniosły zaledwie po 2,2% w odniesieniu do obu produktów. Tę znaczną grupę gospodarstw (około dwie trzecie przebadanej zbiorowości) z marketingowego punktu widzenia można uznać za nieaktywną rynkowo.

W klasie drugiej znalazły się gospodarstwa domowe, które deklarują plan zakupu dóbr (w najbliższym roku). Z 30 badanych produktów w 12 przypadkach śred-

nie prawdopodobieństwo zakupu było największe. Ta grupa wskazywała najwyższe deklarowane średnie m.in. dla takich dóbr, jak odtwarzacz DVD, samochód osobowy, pralka automatyczna, chłodziarka i urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej. W omawianej klasie wystąpiła nadreprezentacja gospodarstw domowych, w których głównym żywicielem rodziny są osoby z wyższym wykształceniem. Przeważają też trzyosobowe, dojrzałe gospodarstwa domowe (razem mają więcej niż 20 lat).

Kolejna grupa gospodarstw, klasa pierwsza, również deklaruje plan zakupu wybranych dóbr trwałego użytku (w najbliższych 12 miesiącach). Z 30 badanych produktów w 16 przypadkach średnie prawdopodobieństwo zakupu było największe. Gospodarstwa należące do klasy pierwszej wskazywały najwyższe deklarowane średnie m.in. dla takich dóbr, jak zmywarka do naczyń, wieszak do odbioru i odtwarzania dźwięku, rower, sprzęt sportowy (np. narty, deska snowboardowa, sprzęt fitness, deska surfingowa itp.), komputer osobisty, drukarka i skaner oraz aparat fotograficzny. W tej klasie wystąpiła nadreprezentacja gospodarstw domowych o wyższych niż przeciętnie miesięcznych dochodach i zgromadzonych oszczędnościach. Są to głównie małe gospodarstwa (1- i 2-osobowe) i młode gospodarstwa domowe (3-5-letnie).

Ciekawe wnioski uzyskano, łącząc wyniki dwóch przeanalizowanych klasyfikacji. Zaciemniony obszar w tab. 1 obejmuje respondentów aktywnych rynkowo. Grupa ta stanowi około 30% badanej zbiorowości. Mając na uwadze, że większość dóbr trwałego użytkowania jest wykorzystywana przez ok. 5 do 7 lat, należy uznać, że uzyskany wynik jest optymistyczny. Świadczy o tym to, że zbadani respondenci są szczególnie (ponadprzeciętnie) aktywni rynkowo.

Tabela 1. Powiązanie wyników klasyfikacji

KLASYFIKACJA WG STANU POSIADANIA				
KLASYFIKACJA WG DEKLAROWANYCH ZAKUPÓW	Aktywni rynkowo	Klasa I Nie posiadają	Klasa II Posiadają średnio po 1 egzemplarzu	Klasa III Posiadają średnio więcej niż 1 sztukę
	Klasa I Deklarują chęć zakupu dóbr	27% (8 respondentów)	43% (13 respondentów)	30% (9 respondentów)
	Klasa I Deklarują chęć zakupu dóbr	26% (18 respondentów)	44% (31 respondentów)	30% (30 respondentów)
	Klasa III Nieaktywni rynkowo	20% (40 respondentów)	56% (113 respondentów)	24% (49 respondentów)

Źródło: opracowanie własne.

5. Wnioski

Przeprowadzone badanie miało charakter pilotażowo-poznawczy, którego celem było uzyskanie szerszego wglądu w badaną problematykę zachowań konsumentów

na specyficznym rynku dóbr trwałego użytku. Zastosowano próbę wygodną. Wynika to z tego, że warunek losowości badanej zbiorowości nie był najistotniejszy. Konsekwencją decyzji o wyborze próby wygodnej jest to, że nie można jednoznacznie stwierdzić, czy uczestniczące w badaniu osoby reprezentują postawy charakteryzujące docelową populację. Przeprowadzona klasyfikacja badanych konsumentów umożliwia diagnozowanie stanu posiadania dóbr trwałego użytku, ustalenie motywów dokonywania zakupów oraz obserwację preferencji i zachowań konsumentów, użytkowników wybranych produktów trwałego użytku. Zidentyfikowano grupę konsumentów, którzy są nieaktywni na badanym rynku dóbr trwałego użytkowania. Około jedną trzecią badanych gospodarstw domowych można zaliczyć do grupy aktywnych uczestników rynku. Potwierdzono, że na poziom skłonności do zakupu najistotniejszy wpływ mają czynniki socjoekonomiczne i psychologiczne. Największą skłonność do zakupu nowych dóbr deklarują rodziny znajdujące się w początkowej fazie cyklu życia. Ciekawym zjawiskiem jest to, że gospodarstwa posiadające już dany produkt deklarują chęć zakupu kolejnych egzemplarzy.

Badanie pozwoliło na lepsze poznanie mechanizmów rządzących rynkiem produktów trwałego użytku. Zrozumienie uwarunkowań badanych zachowań umożliwia określenie specyfiki reakcji konsumentów w odniesieniu do poszczególnych dóbr trwałego użytku, a przez to przewidywanie ich zachowań rynkowych w przyszłości. W celu zweryfikowania zaobserwowanych prawidłowości w zachowaniach rynkowych wśród badanych konsumentów dóbr trwałego użytku oraz identyfikacji tendencji zmian tych zachowań planuje się powtórzenie badania. Przewiduje się koncentrację na mniejszej grupie produktów trwałego użytkowania oraz zagwarantowaniu reprezentatywności badanej zbiorowości.

Literatura

- Churchill G.A. (2002), *Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne*, PWN, Warszawa.
- Gatnar E., Walesiak M. (2004), *Metody statystycznej analizy wielowymiarowej w badaniach marketingowych*, AE, Wrocław.
- Kim C. (1989), *Working Wives' Time-saving Techniques: Durable Ownership, Convenience Food Consumption, and Meal Purchases*, „Journal of Economic Psychology” vol. 10, nr 3.
- Morgan J.N. (1965), *Housing and Ability to Pay*, „Econometrica” vol. 33.
- Nickols S.Y., Fox K.D. (1983), *Buying Time and Saving Time: Strategies for Managing Household Production*, „Journal of Consumer Research” nr 10.
- Pickering J. F., (1968), *The Durable Purchasing Behavior of the Individual Household*, „European Journal of Marketing” vol. 12, nr 2.
- Strober M.H., Weinberg C.B. (1980), *Strategies Used by Working and Non-working Wives to Reduce Time Pressures*, „Journal of Consumer Research” nr 6.

- Walesiak M. (1996), *Metody analizy danych marketingowych*, PWN, Warszawa.
- Walesiak M. (2004), *Uogólniona miara odległości w statystycznej analizie wielowymiarowej*, AE, Wrocław.
- Winner R.S. (1985), *A Revised Behavioral Model of Consumer Durable Demand*, „Journal of Economic Psychology” vol. 6, nr 2.

CONSUMER CLASSIFICATION ON POLISH DURABLE GOODS MARKET

Summary

Paper shows the application of the cluster analysis framework for the durable goods market segmentation. The main goal was to classify consumers on Polish durable goods market and to identify the specific features of durable goods market in Poland. Therefore a questionnaire survey has been done, mainly on Lower Silesia area. Hence various clustering techniques were applied to analyze results of conducted research. Furthermore, an attempt to analyze classification results and to compare obtained consumer clusters of durable goods market segments was undertaken.