

KONSUMENTENBEWERTUNG DES DIREKTVERTRIEBS VON LEBENSMITTELN IN DER WOIWODSCHAFT KUJAWIEN-POMMERN

Zusammenfassung

Das Ziel der Studie war es, die Meinung der Einwohner in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern über den direkten Verkauf von Lebensmitteln kennenzulernen. Dazu wird folgende Forschungshypothese aufgestellt, dass es keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Verbraucher (aus der Stadt und Land) und dem Kauf von Lebensmitteln direkt vom Hersteller gibt. In der ersten Etappe wurden vor allem die Sekundärdaten aus Berichten GUS und Literatur verwendet. Danach wurde die Übersicht über die geltende Rechtslage durchgeführt. Die nächste Phase der Studie wurde im Dezember 2014 und Januar 2015 durch direkte schriftliche Befragung in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern mit einer Stichproben von 200 Personen durchgeführt. Die Probengröße wurde mit der Bereich-Methode mit Berücksichtigung der regionalen Charakter der Untersuchung bestimmt. Die Stichprobenauswahl war nicht zufällig, es wurde Quote Abtastverfahren verwendet. Die erhaltenen Daten wurden unter Verwendung von Methoden der mathematischen Statistik analysiert (χ^2 Pearson Test). Darüber hinaus im Jahr 2016 und 2017 wurden die Konsumenten noch Mals gefragt. Es wurde als ergänzende Methode die Gruppeninterviews mit Verbraucher durchgeführt, um besser die Ergebnisse früherer Studien zu interpretieren und sie zu vervollständigen. In der letzten Phase der Studie hat man eine der Methoden des logischen Denkens – deduktive verwendet. Die gesammelten Daten gab keinen Grund, die Hypothese zurückzuweisen. Diese Studie fand heraus, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten direkt Lebensmittel einkaufte. Man fand jedoch keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Befragten und Interesse am Direktkauf. Es wurde festgestellt, dass die meisten Befragten Kauf auf dem Markt als eine am meisten erwähnte Form des Direktvertriebs erwarten. Die Befragte fanden den Verkauf über das Internet nicht interessant, weil sie sich Rückgabe von Produkten und schlechte Qualität der Produkten befürchten. Die Ergebnisse können Hinweise für die regionalen Produzenten sein.

Schlüsselwörter: Direktverkauf, Konsumverhalten, Konsumenten, Lebensmittel, landwirtschaftliche Einzelhandel

KONSUMENCKA OCENA SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ ŻYWNOSCI W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

Streszczenie

Celem artykułu było poznanie opinii mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego na temat bezpośredniej sprzedaży żywności. Hipoteza badawcza zakładała, że nie ma istotnego związku między miejscem zamieszkania konsumentów (w mieście i na wsi) a zakupem żywności bezpośrednio od producenta. W pierwszym etapie procesu badawczego wykorzystano z danych wtórnych pochodzących z roczników GUS oraz literatury przedmiotu. Dokonano przeglądu aktualnego stanu prawnego. Następnie przeprowadzono badania empiryczne w 2014 i 2015 roku metodą ankiety bezpośredniej na próbie 200 osób na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Liczebność próby określono metodą zakresową z uwzględnieniem charakteru regionalnego badań. Dobór próby miał charakter nielosowy, wykorzystano metodę doboru kwotowego. Uzyskane dane poddano analizie z wykorzystaniem metody statystyki matematycznej (test niezależności cech χ^2 Pearsona). Ponadto przeprowadzono wywiady grupowe jako metodę uzupełniającą, w celu lepszej interpretacji wcześniejszych wyników badań empirycznych. Zrealizowano je w 2016 i 2017 roku. W ostatnim etapie procesu badawczego wykorzystano jedną z metod logicznego rozumowania – rozumowanie dedukcyjne. Zebrane dane nie dały podstaw do obalenia hipotezy. Stwierdzono, że nie ma istotnego związku między miejscem zamieszkania a zainteresowaniem sprzedażą bezpośrednią. W trakcie badań stwierdzono ponadto, że zdecydowana większość konsumentów realizuje zakupy bezpośrednio żywności. Najczęściej oczekiwaną formą sprzedaży bezpośredniej jest, zdaniem konsumentów, możliwość zakupu na targowisku. Natomiast nowsze formy sprzedaży żywności, np. przez Internet nie cieszą się na razie zainteresowaniem respondentów z uwagi na wskazywaną przez nich potrzebę oceny sensorycznej żywności. Uzyskane wyniki badań mogą stanowić wskazania dla regionalnych producentów.

Słowa kluczowe: sprzedaż bezpośrednia, zachowania konsumentów, żywność, rolniczy handel detaliczny

1. Vorwort

Direkter Verkauf von Lebensmitteln in Polen gewinnt immer mehr an Bedeutung. Dies wird durch zahlreiche neue Initiativen in diesem Bereich unterstützt. Die Verbraucher sind zunehmend auf der Suche nach Möglichkeiten, Lebensmittel mit hohen Qualität [6, 7], darum kaufen sie direkt vom Erzeuger. Andererseits erhöht eine

Gruppe von Betrieben die auf dem lokalen Markt wirken [2]. Direkter Verkauf von Lebensmitteln führen traditionell Bauernhöfe mit ökologische Landbau [5].

Ab 2017 Jahre traten auch in Kraft, Änderungen der Vorschriften, die es leichter zu machen, Bauern die Nahrung aus dem eigenen Anbau, Zucht und Aufzucht zu verkaufen. Für die landwirtschaftliche Betriebe, die bereits solche Tätigkeiten durchführen, die Möglichkeit des Aus-

tritts aus der Schattenwirtschaft geschaffen bekommen. Der Begriff "der direkten Verkauf" von Lebensmitteln wird als Verkauf ohne Vermittler vom Erzeuger zum Verbraucher allgemein verstanden. Gemäß den geltenden Vorschriften ist nicht nur durch diesen Begriff bestimmt, sondern wird in "der landwirtschaftlichen Einzelhandel" realisiert oder kann auch als marginale, lokalisierte und begrenzte Tätigkeit bezeichnet werden [9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18].

Die Autorin der Untersuchung nahm ein breiteres, allgemeines Verständnis für das Konzept des Direktvertriebs an. Man glaubte, dass die Konsumenten diese gesetzliche Begriffe nicht unterscheiden werden. Diese Vermutung wurde auch in einer Pilotstudie bestätigt.

Zur Zeit in unseren Region wurde 397 Unternehmer für den direkten Verkauf von Erzeugnissen tierischen Ursprungs registriert, das macht eine 4,5% aller solcher Unternehmer im Polen. Jedoch ist die Zahl der registrierten Betrieben in landwirtschaftlichen Einzelhandel weniger, und beträgt 16 in unserer Region, dh. 2,6% aller in Polen [1].

2. Forschungsmethodik

Das Ziel der Studie war es, die Meinung der Einwohner in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern über den direkten Verkauf von Lebensmitteln kennenzulernen. Dazu wird folgende Forschungshypothese aufgestellt, dass es keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Verbraucher (aus der Stadt und Land) und dem Kauf von Lebensmitteln direkt vom Hersteller gibt.

In der Arbeit wurden folgende Fragen gestellt:

- Kaufen die Konsumenten aus der Woiwodschaft Kujawien-Pommern direkt die Lebensmittelprodukte und welche Form dieses Kaufs bevorzugen?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen Wohnort und der Verwendung des Direktvertriebs?
- Wie ist die Meinung der Befragten über die Innovationen im Bereich des Direktvertriebs?

Untersuchungen wurden in Etappen durchgeführt. In der ersten Etappe wurde Überblick der Literatur durchgeführt und den aktuellen rechtlichen Status festgestellt. Die Daten stammen aus GUS und Literatur. Die nächste Phase der Studie wurde im Dezember 2014 und Januar 2015 durch direkte schriftliche Befragung in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern abgeschlossen. Es wurde die Stichprobengröße als 200 Personen (empfohlene Größe für regionalen Untersuchung) festgestellt [4]. Die Stichprobenauswahl war nicht zufällig, es wurde Quote Abtastverfahren verwendet. Es wurden geographische Kriterien, die häufig in dem Probe nahmen verfahren, verwendet wurden [3]. Es wurde auf der Grundlage von GUS-Daten, der Anteil der Menschen in Städten in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern leben, ermittelt [8]. Es wurden als 60% bestimmt. Daher wurde angenommen, dass aus 200 Fragebögen – 80 Dorfbewohner ausfüllen werden, und die andere 120 – die Menschen in den Städten in der Woiwodschaft Kujawien-Pommern leben. In dieser Arbeit gibt es eine Übereinstimmung zwischen der Probe und die Population nur in der Struktur des Wohnorts in der Woiwodschaft, das es eine kleinere repräsentative Stichprobe zeigt.

Die erhaltenen Daten wurden unter Verwendung von Methoden der mathematische Statistik analysiert.

Es wurde Test der Unabhängigkeit χ^2 Pearson verwendet.

Die Formel sah so aus [16]:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

wo:

n_{ij} – beobachtete Anzahl in der i – Zeile und j – Spalte,

n'_{ij} – erwartete Anzahl in der i – Zeile und j – Spalte.

In der letzten Phase der Studie hat man eine der Methoden des logischen Denkens – deduktive Denkens verwendet. Es wurde auch früher durch entsprechende Pilotstudien Fragebogen überprüft.

Darüber hinaus im Jahr 2016 und 2017 wurden die Konsumenten noch Mals gefragt. Es wurden als ergänzende Methode drei Gruppeninterviews mit Verbraucher aus der Woiwodschaft Kujawien-Pommern durchgeführt, um besser die Ergebnisse früherer Studien zu interpretieren und sie zu vervollständigen. Zu diesem Zweck wurde sie bereit Messgerät – ein Interview Szenario verwendet. In einem Interview nahmen in jeden Fall 10 Personen teil, die direkt den Kauf der Lebensmittel durchführen.

3. Ergebnisse der Untersuchung

Die überwiegende Mehrheit der Befragten deklariert (83%), die Lebensmittel von den Erzeugern direkt zu kaufen. Solche Antwort gaben ein bisschen mehr Leuten vom Lande als aus der Stadt (genau 88% Befragter aus dem Lande, und 81% aus der Stadt). Erhaltene Ergebnisse überraschen nicht. Größeres Interesse an den Direktkauf von der ländlichen Bevölkerung wird verursacht z. B. durch die Nähe von landwirtschaftlichen Betrieben und die damit verbundene Leichtigkeit des Kaufs. Während der Studie fand man jedoch keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Befragten und Interesse am Direktkauf. (berechnete Wert des Tests beträgt 1,57, aber nicht mehr als die kritische Wert $\lambda_{0,05} = 3,84$).

Es wurde festgestellt, dass die meisten Befragten Kauf auf dem Markt als Direktvertriebs erwarten. So deklariert 78% Befragter. Ein Viertel der Befragten zeigt Kauf auf dem Bauernhof als erwartete Form der Direktverkauf. Andere Formen sind seltsam erwünscht. Hauslieferung als Antwort gaben 7% der Befragten an, über das Internet – 4%, und der Ambulanter Handel – nur 3%. Noch weniger Befragten wünschen sich Postlieferung und Straßenrand Verkauf (1% Befragter).

Zusätzlich wurde zweite Methoden der Datensammlung benutzt. Während des Gruppeninterviews deklarierten Teilnehmer, dass sie vor allem folgende Lebensmittel bei Direktverkauf kaufen: Obst, Honig, Eier, Fleisch, Fisch, Preiselbeere. Frühere Ergebnisse der Umfrage waren für Teilnehmer der Gruppeninterview keine Überraschung.

Die bevorzugte Möglichkeit, auf dem Markt zu kaufen, begründen sie durch die Möglichkeit der verschiedenen Angebote von Hersteller zu vergleichen. Diese Verkaufsform soll ihrer Meinung nach noch billiger werden (im Vergleich zum Hauslieferung). Sie äußern auch mehr Vertrauen an einem Bauer, der regelmäßig an einem gleichen Ort seine Produkte verkauft. Hauslieferung wurde auch kritisiert, z. B.. aufgrund der Dringlichkeit der Verkäufer, längere Zeit der Lieferung, die verminderter Qualität des Produktes, Angst vor höheren Preisen der Produkten (durch zusätzlichen Transportkosten). Die Teilnehmer der Gruppeninterviews glauben, dass die Befragte fanden den Ver-

kauf über das Internet nicht interessant, weil sie sich Rückgabe von Produkten und schlechte Qualität der Produkten befürchten. Es ist auch möglich, dass beim Lebensmittel ihre Bewertung durch die Sinne notwendig ist.

Keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Befragten und Interesse am Direktkauf erklären die Teilnehmer von Gruppeninterviews mit folgenden Faktoren: die Verfügbarkeit von Lebensmitteln im Einzelhandel auf dem Lande, die weite Verbreitung von Autos, Leichtigkeit der Kommunikation der Konsumenten aus der Stadt.

Ein Teil der Befragter erwartet Innovationen auf dem Gebiet der Direktvertrieb von Lebensmitteln, z. B. den Einsatz von Drohnen vorausgesetzt, dass der Dienst unter Kontrolle durchgeführt wird und auf hohem Niveau realisiert wird. Sie verwiesen auf die Erfahrungen auf diesem Gebiet in anderen Ländern, z. B. in den USA und England. Andere Teilnehmer äußerten sich besorgt über die terroristische Bedrohung und die daraus resultierende Möglichkeit, den Einsatz von Drohnen in die Zukunft zu beschränken. Die Befragten glaubten, dass die Hersteller-Direktvertrieb sollten zusammenarbeiten. Sie konnten jedoch keine Beispiele für solche Zusammenarbeit in der Region nicht erwähnen. Sie kannten auch nicht eine neue Initiative organisierte kürzlich in Bydgoszcz. Solche Formen der Interaktion, wie beispielsweise, Clustering entsprechend den Befragten können Betriebskosten und Vermarktungskosten reduzieren. Die Teilnehmer an der Gruppeninterviews haben keine Ahnung, dass die Regelungen des Direktvertriebs in Polen letztes geändert wurden. Der Begriff „Die landwirtschaftlichen Einzelhandel“ ist ihnen fremd.

4. Schlussfolgerungen

Diese Studie fand heraus, dass die überwiegende Mehrheit der Bewohner direkt Lebensmittel einkaufte. Man fand jedoch keine signifikante Beziehung zwischen dem Wohnort der Befragten und Interesse am Direktkauf. Es wurde festgestellt, dass die meisten Konsumenten Kauf auf dem Markt als eine am meisten erwähnte Form des Direktvertriebs erwarten. Die Konsumenten fanden den Verkauf über das Internet nicht interessant, weil sie sich Rückgabe von Produkten und schlechte Qualität der Produkten befürchten. Die Ergebnisse dieser Arbeit können als Hinweise für die regionalen Produzenten gelten.

5. Bibliografie

- [1] Biuletyn Informacji Publicznej, GIW, Rejestry i ewidencje. <http://www.wetgiw.gov.pl/669---rejestry-i-ewidencje> (odczyt 21.05.2017).
- [2] Gołębiewski J., Bareja-Wawryszuk O.: Znaczenie sprzedaży bezpośredniej w polskim rolnictwie, *Roczniki Naukowe SE-RiA*, t. XVIII, 2016, zeszyt 3, 82-88.
- [3] Kaczmarczyk S.: *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*. Warszawa: PWE, 2014.
- [4] Kędzior Z.: (red.) *Badania rynku*. Warszawa: PWE, 2005.
- [5] Koreleska E.: Sprzedaż bezpośrednia produktów ekologicznych. *Roczniki Naukowe SERiA*, t. X, Lublin 2008, zeszyt 4, 177-179.
- [6] Mickiewicz A., Mickiewicz B., Prus P., Wawrzyniak B.M.: Miejsce i rola jednostek certyfikujących oraz inspektorów w systemie rolnictwa ekologicznego w Polsce. *Zagadnienia Doradztwa Rolniczego*, 2015, 3, 42-61.
- [7] Prus P.: Funkcjonowanie indywidualnych gospodarstw rolniczych według zasad zrównoważonego rozwoju. *Wydawnictwa Uczelniane UTP w Bydgoszczy*, 2010.
- [8] *Rocznik Statystyczny Województwa Kujawsko-Pomorskiego 2013*. Urząd Statystyczny w Bydgoszczy, 2014.
- [9] Rolniczy handel detaliczny. <http://cdr112.e-kei.pl/produkty/27-rolniczy-handel-detaliczny.html> (odczyt 21.05.2017).
- [10] Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 15 grudnia 2016 r. w sprawie sposobu ustalania weterynaryjnego numeru identyfikacyjnego. *Dz. U.* 2016 poz. 2161.
- [11] Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 16 grudnia 2016 r. w sprawie maksymalnej ilości żywności zbywanej w ramach rolniczego handlu detalicznego oraz zakresu i sposobu jej dokumentowania. *Dz. U.* 2016 poz. 2159.
- [12] Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 16 grudnia 2016 r. w sprawie rejestru zakładów produkujących produkty pochodzenia zwierzęcego lub wprowadzających na rynek te produkty oraz wykazów takich zakładów. *Dz. U.* 2016 poz. 2192.
- [13] Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 21 marca 2016 r. w sprawie szczegółowych warunków uznania działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej *Dz. U.* 2016 poz. 451.
- [14] Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 września 2015 r. w sprawie wymagań weterynaryjnych przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej. *Dz. U.* 2015 poz. 1703.
- [15] Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 6 czerwca 2007 r. w sprawie dostaw bezpośrednich środków spożywczych. *Dz. U.* nr 112 poz. 774.
- [16] Sagan A., Mynarski S.: *Analiza danych ankietowych*. Materiał kursowy. Statsoft Polska, Kraków 2002.
- [17] Ustawa z dnia 16 listopada 2016 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników. *Dz. U.* 2016 poz. 1961.
- [18] Ustawa z dnia 9 kwietnia 2015 roku o zmianie ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych oraz niektórych innych ustaw. *Dz. U.* 2015 poz. 699.