

UNIwersytet Szczeciński
ZESZYTY NAUKOWE NR 875
PROBLEMY ZARZĄDZANIA, FINANSÓW I MARKETINGU NR 41

**ZACHOWANIA WSPÓŁCZESNYCH
KONSUMENTÓW I ROZWÓJ
ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO
ORGANIZACJĄ**

tom 2

SZCZECIN 2015

Rada Wydawnicza

Adam Bechler, Tomasz Bernat, Anna Cedro, Paweł Ciężczyk, Piotr Michałowski, Małgorzata Ofiarska
Aleksander Panasiuk, Grzegorz Wejman, Dariusz Wysocki, Renata Ziemińska
Marek Górski – przewodniczący Rady Wydawniczej
Radosław Gaziński – redaktor naczelny Wydawnictwa Naukowego

Rada Naukowa

Aurelia Bielawska – Uniwersytet Szczeciński
Krystyna Brzozowska – Uniwersytet Szczeciński
Eva Cudlinova – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy
Wojciech Downar – Uniwersytet Szczeciński
Wojciech Drożdż – Uniwersytet Szczeciński
Elena Horská – Slovak University of Agriculture in Nitra, Słowacja
Petra Jordanov – Fachhochschule Stralsund, Niemcy
József Lehota – Szent Istvan University, Węgry
Krystyna Mazurek-Lopacińska – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
José Antonio Ordaz Sanz – Universidad Pablo de Olavide, Hiszpania
Grażyna Rosa – Uniwersytet Szczeciński – przewodnicząca Rady
Valentina Simkhovich – Białorus State Economic University, Białoruś
Dagmar Škodová Parmová – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy
Christian Wey – Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Niemcy

Rada Programowa

Monika Boguszewicz-Kreft, Marek Ciesielski, Mirosław Chaberek
Anna Dąbrowska, Dariusz Dąbrowski, Anna Drapińska
Ewa Frąckiewicz, Barbara Iwankiewicz-Rak, Marianna Jacyna
Mariusz Jedliński, Stanisław Kaczmarczyk, Sabina Kauf
Danuta Kisperska-Moroń, Wiesława Kuźniar, Jerzy Lewandowski
Grzegorz Maciejewski, Władysław Mantura, Krystyna Mazurek-Lopacińska
Radosław Mąciak, Eugeniusz Michalski, Jacek Otto
Joanna Pietrzak, Mirosława Pluta-Olearnik, Andrzej Pomykański
Grażyna Rosa, Danuta Rucińska, Edyta Rudawska
Iga Rudawska, Włodzimierz Rydzkowski, Magdalena Rzemieniak
Adam Sagan, Stanisław Skowron, Aleksander Śladkowski,
Maria Sławińska, Jadwiga Stobiecka, Teresa Taranko
Maciej Urbaniak, Zygmunt Waśkowski, Jan W. Wiktor
Jolanta Witek, Krzysztof Witkowski

Lista recenzentów znajduje się na stronie internetowej zeszytu naukowego
www.wziew.pl/?y=4502&yy=6592&yyy=1086

Redaktorzy naukowci

Grażyna Rosa, Dariusz Dąbrowski

Redaktorzy tematyczni: Magdalena Brzozowska-Woś, Bogumił Czerwiński, Agnieszka Smalec

Redaktor statystyczny: Rafał Klóska

Redakcja językowa i korekta: Elżbieta Blicharska

Opracowanie techniczne i skład: Agnieszka Smalec, Roman Szkaluba

Wersja papierowa jest wersją pierwotną

Pełne wersje opublikowanych artykułów są dostępne w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych
BazEkon; http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php oraz CEEOL

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2015

ISSN 1640-6818

ISSN 1509-0507

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I. Ark. wyd. 31,5. Ark. druk. 35,2. Format B5. Nakład 100 egz.

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
--------------------	---

CZĘŚĆ PIERWSZA. Zachowania współczesnych konsumentów

Sebastian Białoskurski – Postawy nabywców finalnych wobec nowych produktów spożywczych	11
Monika Boguszewicz-Kreft, Ewa Magier-Łakomy, Katarzyna Sokółowska – The country-of-origin effect in the selected transport services	23
Ilona Bondos – Postrzeganie uczciwości cen a rekomendacje oferty i skłonność do zakupu	35
Bogumił Czerwiński – Determinanty zakupu usług ubezpieczeniowych przez osoby powyżej 50. roku życia	49
Jakub Dąbrowski – Portret polskiego e-konsumenta i jego zachowania	61
Marcin Gąsior – Postrzeganie ryzyka związanego z zakupami online – analiza zmian w latach 2013–2015	71
Krzysztof Kubiak – Ocena wybranych aplikacji mobilnych w opinii użytkowników	83
Wioleta Kucharska – Transfer znaczeń a kreowanie wartości marki w gospodarce sieciowej w aspekcie S-DLogic	95
Katarzyna Liczmańska – Kluczowe czynniki determinujące zachowania konsumentów na przykładzie mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego	107
Magdalena Maciaszczyk – Konsumenty niepełnosprawni w obliczu wybranych trendów nowej konsumpcji w świetle badań własnych	119
Radosław Mącik – Kryteria wyboru produktu i miejsca zakupu przy korzystaniu z porównywarki cenowej	129
Izabela Michalska-Dudek – Badanie lojalności klientów biur podróży	141
Maciej Mitreğa, Agnieszka Malecka – Uwarunkowania uczestnictwa w tzw. <i>ride sharing</i> (wspólnych przejazdach) – wyniki badań użytkowników BlaBlaCar	153
Wiesław Szopiński, Maria Grzybek – Wpływ segmentacji rynku na koncepcję produktu agroturystycznego	165

CZEŚĆ DRUGA. Kierunki zmian w zarządzaniu marketingowym organizacją

Krzysztof Andruszkiewicz – Marketingowe kierunki rozwoju polskich przedsiębiorstw	179
Agata Budzyńska-Biernat – Orientacja międzynarodowa przedsiębiorstwa w kontekście strategii marketingowej na przykładzie przedsiębiorstw sektora żywnościowego z Wielkopolski	191
Dariusz Dąbrowski – Związki między gromadzeniem, udostępnianiem i stosowaniem informacji rynkowych przy kształtowaniu nowych produktów	203
Edyta Drajska, Małgorzata Wach-Kłoskowska – Formy outsourcingu na rynku usług ze szczególnym uwzględnieniem sektora transportu lotniczego	215
Anna Drapińska – Etyka marketingu – czy marketing jest etyczny?	229
Teresa Gądek-Hawlina – Możliwe obszary współpracy podmiotów sektora TSL z organizacjami pozarządowymi w ramach poprawy stanu bezpieczeństwa ruchu drogowego w Polsce	241
Grażyna Golik-Górecka – Paradygmat marketingu analitycznego i jego główne wskaźniki dla marketera	253
Magdalena Graczyk-Kucharska – Big data koniecznością współczesnego marketingu	265
Stanisław Kaczmarczyk – Marketing w województwie pomorskim na początku drugiej dekady XXI wieku na tle marketingu w kraju	279
Monika Matecka, Jolanta Sielska, Eliza Dąbrowska – Kompetencje menedżera podmiotu leczniczego	293
Jolanta Sielska, Monika Matecka, Eliza Dąbrowska, Joanna Zdanowska – Wewnętrzna ocena dokonywana przez kadrę kierowniczą jako narzędzie zarządzania w podmiotach leczniczych na przykładzie szpitala klinicznego	305
Ewelina Julita Tomaszewska – Inteligentny system transportowy w mieście na przykładzie Białegostoku	317
Julita E. Wasilczuk – Otoczenie instytucjonalne a innowacyjność przedsiębiorstw	331
Sylwia Wrona – Wymagania kompetencyjne w zawodzie marketingowca – przygotowanie do zawodu a realia rynkowe (studenci/absolwenci uczelni kontra pracodawcy)	345

Monika Zajkowska – Marketing zrównoważony – od tradycyjnego do innowacyjnego nurtu zarządzania marketingowego	359
Krzysztof Żywanowski, Bogna Pilarczyk, Anna Rogala – Innowacje produktowe w branży motoryzacyjnej w Polsce – wyniki badań	371

CZEŚĆ TRZECIA. Wybrane aspekty handlu, dystrybucji i logistyki

Marek Angowski, Katarzyna Domańska – Czynniki wpływające na wybór miejsca dokonywania zakupu na rynku serów żółtych na przykładzie serów długodojrzewających	385
Mirosław Antonowicz, Artur Kikuła – Zastosowanie <i>cross-dockingu</i> w logistyce dystrybucji na przykładzie firmy InPost	399
Ewa Badzińska, Szymon Cichorek – Systemy telematyczne jako wsparcie zarządzania flotą pojazdów w transporcie drogowym – studium przypadku	411
Agnieszka Bojanowska, Agata Magdalena Wójcik – Nowoczesne kanały dystrybucji ubezpieczeń komunikacyjnych	423
Bogumił Czerwiński – Tradycyjne i nowoczesne kanały dystrybucji wykorzystywane w procesie świadczenia usług ubezpieczeniowych dojrzałym konsumentom	435
Joanna Dyczkowska – Zarządzanie logistyczną obsługą klienta	447
Krystyna Iwińska-Knop, Dagmara Skurpel – Handel hybrydowy w umacnianiu pozycji rynkowej supermarketów w Polsce	459
Małgorzata Juchniewicz – Innowacje w logistyce łańcucha dostaw żywności	473
Agnieszka Komor, Katarzyna Budzyńska, Katarzyna Domańska – Analiza porównawcza handlu tradycyjnego i elektronicznego	483
Wioleta Kucharska, Radosław Drozd – E-logistyka dystrybucji a czynnik ludzki w procesie kształtowania wartości marki – ujęcie praktyczne	497
Barbara Mróz-Gorgoń, Renata Brajer-Marczak – Proces przyjęcia dostawy a obsługa klienta – przykład branży odzieżowej	509
Michał Szymański, Radosław Drozd – Logistyczny proces wyboru dostawcy w tworzeniu marki własnej produktów spożywczych. Analiza działalności polskich firm spożywczych na rynku afrykańskim	521
Adam Wieczorek – Formułowanie strategii logistycznych a umiejscowienie punktu rozdziału popytu zależnego i niezależnego	533

Andrzej Wojciechowski, Natalia Wojciechowska – Zastosowanie klasycznych metod prognozowania popytu w logistyce dużych sieci handlowych	545
---	-----

WSTĘP

Obecnie jesteśmy świadkami ciągłych zmian zachodzących tak na rynkach lokalnych, jak i globalnych. Przemiany te wynikają głównie z intensywnego rozwoju technologii informacyjnych, które dają nowe możliwości podmiotom rynkowym. Łatwość, szybkość i skala wymiany informacji między uczestnikami rynków powodują, że ewoluują zachowania nabywcze konsumentów oraz tworzą się nowe podejścia w zarządzaniu marketingowym organizacjami. Z ciągłego postępu w zakresie technologii informacyjnych korzystają obie strony rynku, to znaczy sprzedawcy i nabywcy.

Kwestie zmian zachowania się współczesnych nabywców oraz powstawanie nowych metod i form działań marketingowych organizacji, w tym dotyczących handlu, dystrybucji i logistyki – w świetle informacyjnego postępu technologicznego – wymagają oglądu i refleksji naukowej, czemu poświęcono niniejszy tom zeszytu. Struktura niniejszego zeszytu składa się z trzech następujących części:

1. Zachowania współczesnych konsumentów.
2. Kierunki zmian w zarządzaniu marketingowym organizacją.
3. Wybrane aspekty handlu, dystrybucji i logistyki.

Autorzy publikacji ujmują omawiane zagadnienia bardzo różnorodnie, co przyczynia się do tego, że prezentowana publikacja może być przydatna szerokiemu gronu odbiorców, zarówno teoretykom, jak i praktykom marketingu. Rozważania teoretyczne i wyniki badań prezentują autorzy z licznych ośrodków akademickich Polski, co jest dodatkowym atrybutem tego opracowania. Ich publikacje dowodzą indywidualnego i wielowątkowego podejścia do poruszanej problematyki.

Redaktorzy składają podziękowanie wszystkim Autorom artykułów za podjęcie wysiłku i przygotowanie oryginalnych opracowań naukowych, wzbogacających wiedzę w zakresie szeroko rozumianego marketingu przyszłości.

Grażyna Rosa, Dariusz Dąbrowski

