

Marketing i Zarządzanie  
nr 2 (48) 2017  
(Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego,  
Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu)

# Marketing przyszłości Trendy. Strategie. Instrumenty

## Orientacja na klienta we współczesnym świecie

Szczecin 2017

#### **Rada Naukowa**

Eva Cudlinova – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy  
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-Łopacińska – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Beata Meyer – Uniwersytet Szczeciński  
José Antonio Ordaz Sanz – Universidad Pablo de Olavide, Hiszpania  
Małgorzata Porada-Rochoń – Uniwersytet Szczeciński  
Grażyna Rosa – Uniwersytet Szczeciński – przewodnicząca Rady  
Valentina Simkhovich – Bielarus State Economic University, Białoruś  
Dagmar Škodová Parmová – University of South Bohemia in České Budějovice, Czechy  
Christian Wey – Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Niemcy

Lista recenzentów znajduje się na stronie internetowej czasopisma  
<http://wnus.edu.pl/pl/mz>

**Redaktorzy naukowci:** Grażyna Rosa, Agnieszka Smalec

**Redaktor tematyczny:** Leszek Gracz

**Redaktor statystyczny:** Rafał Klóska

**Korekta:** Monika Trybocka

**Opracowanie techniczne i skład:** Agnieszka Smalec

**Projekt okładki:** Joanna Dubois-Mosora

Wersja papierowa jest wersją pierwotną  
Pełne wersje opublikowanych artykułów są dostępne w bazach indeksacyjnych BazEkon,  
CEEOL, BazHum oraz Index Copernicus

© Copyright by Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2017

ISSN 2450-775X  
(ISSN 1640-6818; 1509-0507)

---

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

Wydanie I. Ark. wyd. 23,5. Ark. druk. 26,9. Format B5. Nakład 118 egz.

## Spis treści

Wstęp.....	7
 <b>Zachowania konsumentów na rynku</b>	
<b>Paweł Bryła</b> Consumer ethnocentrism on the organic food market in Poland.....	11
<b>Rafał Czyżycki</b> Racjonalność lokowania nadwyżek finansowych na rynku kapitałowym poprzez zakup jednostek uczestnictwa funduszy inwestycyjnych.....	21
<b>Przemysław Dmowski, Maria Śmiechowska, Kinga Ossowska</b> Współczesny konsument na trójmiejskim rynku kawy .....	31
<b>Alina Oczachowska</b> Młodzież wobec wyzwań współczesności .....	43
<b>Agnieszka Palka</b> Making purchase decisions on ice cream market .....	53
<b>Wanda Patrzalek</b> Determinanty stylu życia młodych konsumentów.....	63
<b>Piotr Przybyłowski, Anita Wilczewska</b> Zachowania kobiet w zakresie zastosowania miodu i produktów pszczelich w kosmetyce.....	73
<b>Millena Ruskowska, Joanna Bartkiewicz</b> Czynniki kształtujące zachowania nabywcze konsumentów pieczywa chrupkiego w opinii studentów Akademii Morskiej.....	85
<b>Agnieszka Rybowska</b> Zachowania konsumentów na rynku second hand .....	95
<b>Renata Seweryn</b> Pokolenie Baby Boomers na rynku turystycznym na przykładzie odwiedzających Kraków .....	105
<b>Natalia Żak</b> Preferencje konsumentów polskich oraz amerykańskich dotyczące spożycia miodów pszczelich .....	117

---

## **Znaczenie analiz rynku i badań marketingowych w ewoluującym otoczeniu**

### **Ewa Jerzyk**

- Możliwości i ograniczenia wykorzystania eye-trackingu w badaniach zachowań starszych konsumentów ..... 133

### **Magdalena Kalińska-Kula**

- Wykorzystanie big data w procesach decyzyjnych przedsiębiorstw ..... 141

### **Renata Nestorowicz, Sylwester Białowas**

- Pląc a aktywność informacyjna konsumentów na rynku żywności ..... 155

### **Joanna Newerli-Guz**

- Analiza rynku przypraw w Polsce ..... 167

### **Józef Perenc**

- Istota modelowania hierarchicznego na potrzeby przewozów ładunków niebezpiecznych ..... 177

### **Marcin Pigłowski**

- Food dangerous for the consumer in INFOSAN events ..... 189

### **Adam Sagan**

- Konsument na rynku globalnym – analiza wskaźnikowa potencjału rynkowego ..... 197

## **Kreowanie relacji z odbiorcą i społeczna odpowiedzialność**

### **Katarzyna Caban-Piaskowska, Anna Miarka**

- Społeczna odpowiedzialność projektanta w kreowaniu produktu rehabilitacyjnego ..... 207

### **Urszula Chraćchol-Barczyk**

- Karty rabatowe jako sposób budowania relacji ze studentami ..... 215

### **Dariusz Oczachowski**

- Odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec społeczeństwa we współczesnym przekazie marketingowym i w praktyce ..... 225

### **Anetta Pukas**

- Budowanie lojalności polskich konsumentów – czy potrzebna jest redefinicja? ..... 233

### **Monika Sak-Skowron, Łukasz Skowron**

- Determinanty satysfakcji z pracy – studium teoretyczne ..... 243

### **Paweł Waniowski**

- Kształtowanie relacji z klientami w internecie na przykładzie polskich spółek kolejowych oferujących przewozy pasażerskie ..... 255

**Monika Zajkowska**

- How to engage customer in co-creation of innovation? Implications  
for marketing activity ..... 265

**Zarządzanie sprzedażą i obsługa klienta****Piotr Cyrek**

- Motywy wprowadzania nowych pozycji asortymentowych w podmiotach  
handlu detalicznego żywnością ..... 277

**Marcin Gąsior**

- Wybrane preferencje związane z zakupami w centrach handlowych  
a satysfakcja klienta..... 289

**Aneta Oniszczyk-Jastrzębek, Tomasz Czuba**

- Jakość obsługi klienta w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw  
na przykładzie usług ubezpieczeniowych..... 301

**Agata Szkiel**

- Wykorzystanie normy ISO 10015 w doskonaleniu kompetencji personelu  
w systemach zarządzania bezpieczeństwem żywności..... 311

**Joanna Wierzowiecka**

- Doskonalenie procesu zarządzania reklamacjami w akredytowanym  
laboratorium badawczym ..... 323

**Polityka produktu w funkcjonowaniu podmiotów rynkowych****Joanna Dyczkowska**

- Marki operatorów logistycznych w ocenie studentów ..... 335

**Barbara Iwankiewicz-Rak, Agnieszka Rak**

- Usługi rekreacyjne fitness – cechy usług jako wartości dla klienta..... 347

**Jarosław A. Kowalski**

- Strategie marek na rynku napojów energetycznych ..... 357

**Robert Maik**

- Jakość produktów w świetle idei zrównoważonego rozwoju ..... 373

**Beata Nowotarska-Romaniak**

- Wykorzystywanie plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń.. 387

**Mirosława Pluta-Olechnik**

- Usługi a wartość poszerzona dla klienta na przykładzie rynku wyposażenia  
i dekoracji wnętrz ..... 397

**Paweł de Pourbaix, Lucyna Daleka**

- Submarka jako innowacja marketingowa na przykładzie rynku wódki  
w Polsce ..... 407