

## *Table of Contents*

---

### Spis treści

MAREK ANGOWSKI, KATARZYNA DOMAŃSKA, AGNIESZKA KOMOR The Impact of Promotional Measures on the Buying Behaviour of Young Consumers on the Food Market Wpływ działań promocyjnych na zachowania zakupowe młodych konsumentów na rynku żywności . . . . .	9
MIROŚLAW ANTONOWICZ, ARKADIUSZ ŻUREK Comments on the Risks of Supply Chains in Trade with the East Uwagi o ryzykach łańcuchów dostaw w handlu ze Wschodem . . . . .	19
SYLWIA BADOWSKA Social Influence and a Process of Acceptance and Use of a Technological Product by the Elderly Consumers Wpływ społeczny a proces akceptacji i użytkowania dobra technologicznego przez konsumentów-seniorów . . . . .	29
ILONA BONDOS Multichanneling or Channel Elimination? The Empirical Results of E-Channel Migration Strategy Wielokanałowość czy eliminacja kanału? Wyniki badania rezultatów strategii migracji klientów do e-kanału . . . . .	39
ALEKSANDRA BURGIEL Social Comparisons and Their Role in Shaping Contemporary Consumers' Behaviors Porównania społeczne i ich rola w kształtowaniu zachowań współczesnych konsumentów . . . . .	47
AGNIESZKA DEJNAKA Technologization of Marketing Communication – New Trends Technologizacja komunikacji marketingowej – nowe trendy . . . . .	59
JOANNA DYCZKOWSKA Marketing of Logistics Services in Poland and Germany Marketing usług logistycznych w Polsce i Niemczech . . . . .	69

SZCZEPAN FIGIEL	
Traditional Food Products in Poland in the Light of the Current Consumer and International Food Product Innovation Trends	
Tradycyjne produkty żywnościowe w Polsce w świetle obecnych trendów konsumenckich i innowacyjnych trendów producenckich w produktach żywnościowych	77
EWA GLIŃSKA, EWELINA TOMASZEWSKA	
Customer Preferences Related to Shopping Online	
Preferencje klientów związane z zakupami online	87
WOJCIECH GRZEGORCZYK	
New Marketing Concepts in Marketing Strategies on International Markets	
Nowe koncepcje marketingu w strategiach marketingu międzynarodowego	97
MICHAŁ JAŚNIOK, KRYSZYNA ŚLIWIŃSKA	
Strategic Marketing of Political Entity in Market Virtualization Context	
Strategiczne zarządzanie podmiotem politycznym w kontekście wirtualizacji rynku	105
INGA KASZYCKA	
Consumer Behaviour in Music Industry: Generations X and Y	
Zachowania konsumentów na rynku muzycznym: pokolenie X i Y	113
WOJCIECH KOZŁOWSKI, EWELINA SOBOTKO	
Role of Altruistic Attitudes in Cause-Related Marketing	
Rola postaw altruistycznych w <i>cause-related marketing</i>	123
DOMINIK KRĘŻOLEK, SŁAWOMIR SMYCZEK	
Role of Social Values in Determining the Attitudes Towards Consumers' Pathological Behavior on Market – Model-Based Approach	
Rola wartości społecznych w kształtowaniu postaw wobec zachowań patologicznych konsumentów – podejście modelowe	133
WIESŁAWA KUŹNIAR, TOMASZ SURMACZ, WIESŁAW SZOPIŃSKI	
Virtualization of Consumption and Its Impact on Development of Prosumption Attitudes among Young Consumers	
Wirtualizacja konsumpcji i jej oddziaływanie na kształtowanie postaw i zachowań prosumpcyjnych wśród młodych konsumentów	143
ROBERT LEMBRYCH-FURTAK	
Marketing Challenges and Opportunities in Multi-Channel Distribution	
Wyzwania i możliwości marketingowe dystrybucji multikanałowej	151
MARCIN LIPOWSKI	
The Differences between Generations in Consumer Behavior in the Service Sales Channel	
Różnice międzypokoleniowe w zachowaniu konsumentów w kanale sprzedaży usług	159
PRZEMYSŁAW ŁUKASIK, BRUNO SCHIVINSKI	
Antecedents of Consumer-Based Store Brand Equity – Conceptual Model	
Antecedencje postrzeganego przez konsumenta kapitału marek własnych – model koncepcyjny	169

**JUSTYNA MATYSIEWICZ**

- Value Co-Creation in Health Care Networks – International Perspective  
Współtworzenie wartości dla pacjenta w sieciowych jednostkach medycznych –  
perspektywa międzynarodowa ..... 177

**RADOSŁAW MAĆIK**

- Cross-Border Online Shopping of Polish Consumers and Cross-Border  
Online Sales of Polish Companies as Examples of the Processes of the Markets  
Internationalisation  
Transgraniczne zakupy internetowe polskich konsumentów oraz transgraniczna  
sprzedaż internetowa polskich firm jako przykłady procesów internacjonalizacji  
rynków ..... 185

**ALINA OCZACHOWSKA**

- Cultural and Entertainment Activity of Young Generation on the Example of the City  
of Koszalin  
Kulturalno-rozrywkowa aktywność młodego pokolenia na przykładzie miasta  
Koszalina ..... 195

**MONIKA RATAJCZYK**

- Changes in the Young Consumer's Purchasing Process  
Zmiany w procesie zakupowym młodego konsumenta ..... 203

**SŁAWOMIR SMYCZEK**

- Customers' Financial Literacy – European Perspective  
Wiedza finansowa konsumentów – perspektywa europejska ..... 211

**GENOWEFA SOBCZYK**

- Determinants of Consumption and Consumer Behaviours in Poland  
in the Context of Globalization  
Uwarunkowania konsumpcji i zachowań konsumenckich w Polsce  
w kontekście procesu globalizacji ..... 219

**IZABELA SOWA**

- Virtualization of Behaviours of Young Consumers  
Wirtualizacja w zachowaniach młodych konsumentów ..... 227

**ANIELA STYŚ, STANISŁAW STYŚ**

- Enterprise Behaviour in Globalization Processes – New Business Models  
Zachowanie przedsiębiorstw w procesach globalizacji – nowe modele biznesu ..... 237

**DAWID SZOSTEK**

- The Use of Marketing Research in Internal Marketing.  
The Methods of Measurement of Counterproductive Work Behaviours  
in an Organization  
Zastosowanie badań marketingowych w marketingu wewnętrznym.  
Metody pomiaru kontrproduktywnych zachowań pracowników w organizacji ..... 245

**IZABELA SZTANGRET**

- Corporate Social Responsibility Through Knowledge Management  
on the Example of IT Products' Sector  
Społeczna odpowiedzialność biznesu przez zarządzanie wiedzą na przykładzie  
przedsiębiorstw sektora produktów informatycznych ..... 253

**ZYGMUNT WAŚKOWSKI**

- The Role of Consumers in Creating Experiences by Organisers  
of Sports Events  
Rola konsumentów w kreowaniu doświadczeń przez organizatorów  
wydarzeń sportowych ..... 263

**GRZEGORZ WUDARZEWSKI**

- Koncepcja marketingu personalnego jako wyznacznika klimatu organizacyjnego  
The Concept of Personnel Marketing as a Determinant of Organizational Climate . . . . 273

**JOLANTA ZRAŁEK**

- Sustainable Consumption in a Trap: Attitude-Behavior Gap and Its Rationalization  
Zrównoważona konsumpcja w pułapce: niezgodność postaw i zachowań  
oraz jej racjonalizacja ..... 281