

Opis

Początek XXI wieku to okres wielu zmian i powstawania nowych zjawisk w gospodarce europejskiej i światowej, a w konsekwencji – zmian w sposobie postrzegania rynku. Wywierają one istotny wpływ na sposób, zakres i formę prowadzonych strategii i działań marketingowych ukierunkowanych na kształtowanie potrzeb i preferencji nabywców dóbr i usług. Znaczenie transportu w gospodarce stale rośnie w związku z takimi zjawiskami, jak: globalizacja, specjalizacja i podział pracy, masowa konsumpcja, ekonomia skali produkcji, optymalizacja kosztów, rosnąca konkurencja, skracanie cyklu życia produktów, cyfryzacja społeczeństwa, zmiany formy sprzedaży oraz obsługi klienta. Szczególnym okresem zmian wielu tendencji rynkowych są lata 2019–2022, w których świat walczył z pandemią COVID-19.

Publikacja przeznaczona jest dla wielu środowisk, przede wszystkim dla przedstawicieli sfery nauki, zainteresowanych problematyką zachowań nabywczych podróżnych w transporcie (w tym głównie kolejowym) oraz ewolucji przewozów pasażerskich na tle zmian w otoczeniu i zachowań konsumentów, menedżerów zarządzających przedsiębiorstwami kolejowymi, organizacjami współpracującymi z przewoźnikami kolejowymi, jak również studentów, dla których istotna jest omawiana problematyka.

Ze wstępu

Spis treści

Rozdział 1

Preferencje nabywców

- 1.1. Zachowania nabywców
- 1.2. Preferencje jako element zachowań nabywców
- 1.3. Zachowania nabywców na rynku usług transportowych
- 1.4. Preferencje nabywców w kolejowym transporcie pasażerskim

Rozdział 2

Pandemia COVID-19

- 2.1. Geneza i rozwój pandemii COVID-19
- 2.2. Sposoby przeciwdziałania pandemii COVID-19 w Polsce

Rozdział 3

Kolejowe przewozy pasażerskie

3.1. Rynek kolejowych przewozów pasażerskich

3.2. Konkurencja na rynku przewozów pasażerskich

Rozdział 4

Wpływ pandemii COVID-19 na działalność przewoźników i organizatorów kolejowych przewozów pasażerskich

4.1. Zmiany na europejskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19

4.2. Zmiany na polskim rynku kolejowym w czasie pandemii COVID-19

4.3. Instrumenty wsparcia przewozów kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19

4.4. Elementy bezpieczeństwa w przewozach kolejowych w Europie (w tym w Polsce) w pandemii COVID-19

Rozdział 5

Wpływ pandemii COVID-19 na decyzje podróżnych w kontekście wyników badań własnych

5.1. Metodyka badania i statystyki opisowe

5.2. Wpływ pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych

5.3. Wpływ pandemii COVID-19 na zachowania nabywcze podróżnych

Rozdział 6

Analizy porównawcze wpływu pandemii COVID-19 na preferencje podróżnych w kontekście kryteriów społeczno-demograficznych

6.1. Transport miejski

6.2. Transport regionalny

6.3. Transport ponadregionalny

6.4. Transport indywidualny

Rozdział 7

Możliwości oddziaływania na preferencje podróżnych w transporcie kolejowym po ustaniu pandemii COVID-19

7.1. Zmiany potrzeb i preferencji podróżnych na rynku przewozów pasażerskich w kontekście pandemii COVID-19 – wyniki badań

7.2. Oddziaływanie na preferencje podróżnych

Załącznik

Bibliografia

Spis rysunków i tabel

Summary