

Badania naukowe

Od 2014 r. w Katedrze Zarządzania i Marketingu realizowane jest zadanie badawcze pt. „Znaczenie zarządzania i marketingu w kształtowaniu relacji rynkowych przez organizacje w biogospodarce”. Celem tych badań jest określenie znaczenia i roli zarządzania i marketingu w kształtowaniu relacji rynkowych przez różnego rodzaju organizacje zarówno te o charakterze formalnym, jak i nieformalnym w biogospodarce oraz wskazanie propozycji rozwiązań usprawniających te relacje. Tematyka ta nabiera znaczenia w warunkach turbulentnych zmian otoczenia i globalizującej się konkurencji oraz konieczności reagowania na wyzwania i problemy o charakterze globalnym takie, jak zanieczyszczenie środowiska przyrodniczego, zapewnienie bezpieczeństwa żywności, ograniczenie dostępności zasobów niezbędnych w produkcji dóbr konsumpcyjnych, a więc wody, ziemi uprawnej czy energii. Zakres i rozwój właściwych relacji wewnętrznych, jak i zewnętrznych z otoczeniem organizacji, w tym z konsumentami, sprzyja skuteczności realizacji jej celów i zwiększenia potencjału konkurencyjnego. W świetle rozwoju społeczno-gospodarczego, powiązanie zarządzania i marketingu z biogospodarką stanowi nową koncepcję, która może sprostać wyzwaniom określonym w strategii „Europa 2020” oraz „Unii innowacji”.

W ramach tematu głównego, w latach 2015-2016 realizowano szereg zadań badawczych, które dotyczyły następujących zagadnień m.in:

- Zróżnicowanie poziomu rozwoju rolnictwa w krajach członkowskich UE.
- Efektywność techniczna rolnictwa w krajach UE.
- Znaczenie wiedzy w kształtowaniu zmian produktywności rolnictwa w krajach UE.
- Oczekiwania polskich nabywców finalnych wobec opakowań produktów mleczarskich oraz wpływ wybranych czynników demograficznych na oczekiwania konsumentów wobec tych opakowań.
- Postawy i zachowania konsumentów względem różnych rodzajów produktów (żywnościowych, ekologicznych, bankowych) z perspektywy kształtowania właściwych relacji rynkowych pomiędzy klientami a oferentami, miejsc zakupu produktów oraz postrzegania wybranych kryteriów ich innowacyjności.
- Rozwój zrównoważony w kontekście wdrażania zasad gospodarki niskoemisyjnej oraz upowszechniania odnawialnych źródeł energii w jednostkach samorządu terytorialnego.
- Zasoby oraz wsparcie instytucjonalne rozwoju sektora biogospodarki w Polsce

- Funkcjonowanie wybranych ogniw łańcucha żywnościowego (rolnictwa, przemysłu spożywczego i handlu żywnością) w Polsce w kontekście rozwoju biogospodarki i wyzwań stojących przed samorządami lokalnymi w Polsce.

W ramach badań naukowych służących rozwojowi młodych naukowców realizowane były w ostatnich latach następujące zadania badawcze:

- Innowacyjność produktów spożywczych a zachowania zakupowe konsumentów
- Zarządzanie jakością marketingową a budowanie społeczności prosumentów
- Zewnętrzny wizerunek banku jako pracodawcy a lojalność klientów wobec niego
- Analiza procesów sourcingowych w Polsce

Efektem badań naukowych prowadzonych w tych obszarach jest znaczący dorobek publikacyjny Katedry, obejmujący monografie, oryginalne prace naukowe, publikowane w renomowanych czasopismach znajdujących się na listach A i B wykazu czasopism MNiSW oraz w recenzowanych materiałach z konferencji krajowych i międzynarodowych czy monografiach pokonferencyjnych.

Uzyskana, dzięki badaniom wiedza jest upowszechniana na konferencjach naukowych krajowych i zagranicznych oraz w działalności dydaktycznej na takich kierunkach studiów jak: ekonomia, agrobiznes, towaroznawstwo, rolnictwo czy gospodarka przestrzenna i in. Ponadto uzyskana wiedza jest bardzo przydatna w kontaktach i współpracy z różnymi instytucjami z otoczenia zarówno z przedsiębiorstwami, jak i jednostkami samorządu terytorialnego oraz instytucjami przy wykonywaniu analiz, ekspertyz czy doradztwa m.in. w 2016 r. wykonano na zlecenie Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. we współpracy z SGH w Warszawie raporty „Atrakcyjności inwestycyjnej regionów 2016” dla 16 województw.