

Instruments used in marketing research carried out by transport companies

Jan Kowalski¹ Daniel Lee²

¹ Faculty of Economics, University of Gdansk, Poland

email: jan.kowalski@gmail.com

² Faculty of Management, University of Economics in Katowice, Poland

email: daniel.lee@gmail.com

Corresponding author: Name and Surname (Email address)

Abstract: W abstrakcie trzeba wyjaśnić tło badań, ich cele, hipotezy, metodykę oraz wyniki, omówić najważniejsze zależności z przeprowadzonych badań. Powinien być tak napisany, aby zachęcić czytelnika do przeczytania artykułu. Dlatego warto wskazać implikacje naszych analiz oraz podkreślić, co nowego nasz artykuł wnosi do badań w naszym obszarze. Należy pamiętać, iż abstrakt nie może być zbyt długi (250 słów). Nie jest wstępem do pracy, nie można używać skrótów, nie odwołujemy się do pozycji bibliograficznych ani do tabel i rysunków. Musi odzwierciedlać zawartość artykułu, gdyż jest najważniejszym źródłem informacji na temat przeprowadzonych przez nas badań. Należy unikać wyrażania własnych opinii o wartości artykułu.

Keywords: transport, region, enterprise, terminal (minimum 3, a maximum 5)

JEL: numer według <https://www.acaweb.org/jel/guide/jel.php?class=G>

Introduction

Cel sekcji: Przedstawienie celów pracy można poprzedzić krótkim wstępem – wprowadzenie kontekstu.

- W tej części muszą zostać przedstawione (oprócz celów) również hipotezy badawcze i przedmiot badawczy.
- Musimy opisać swoje podejście, perspektywę badawczą oraz to, co nasze rezultaty wnoszą do nauki („zajawka wyników”).

W tej części odpowiadamy na pytania:

- Co badaliśmy?
- Dlaczego podjęty problem badawczy jest ważny?
- Co o tym problemie wiedzieliśmy, zanim podjęliśmy się badań?
- W jaki sposób nasze badania poszerzyły wiedzę na temat problemu?

Używajmy strony czynnej, tak często jak to możliwe.

To jest Twoja okazja, aby przekonać czytelników, że Autor wie dlaczego przeprowadzone badania są potrzebne i zasłużyły na opublikowanie. Należy zatem na początku określić główny zarys tematyczny, zgodny z linią programową czasopisma. Wprowadzenie musi być zorganizowane od globalnego do konkretnego punktu widzenia, prowadząc czytelników do swoich celów podczas pisania tego artykułu. Wstęp powinien być krótki, zwięzły i precyzyjny,

Nie można przedstawiać wyników, dyskusji czy podsumowania. We wstępie Autor powinien odpowiedzieć na pytania:

- what did you/others do? Why did you do it? oraz
- jaki problem należy rozwiązać?
- czy istnieją jakieś rozwiązania?
- które jest najlepsze?
- jakie jest jego główne ograniczenie?
- co masz nadzieję osiągnąć?

W końcowej części wstępu musi być podany cel badawczy oraz przyjęta ogólna hipoteza lub hipoteza główna i szczegółowe.

Literature overview and Methodology

Cel sekcji: Naszkicowanie tła teoretycznego, przywołanie najważniejszych podobnych prac z danej działości.

- Skupiamy się na tekstach opublikowanych w najlepszych czasopismach.
- Odnosimy się do „literatury pierwotnej” (oryginalne prace badawcze + artykuły przeglądowe), a nie do podręczników.
- Oczywiście monografie są również „literaturą pierwotną”.

Cele sekcji: Pokazanie, jak pozyskaliśmy „bazę empiryczną”, czym ona w ogóle jest i jak będziemy ją analizować

- Szczegółowy opis stosowanych metod.
- Opis procedur (eksperymentalnych, ankietowych itd.)
- Procedura zbierania materiałów.
- Opis kryteriów przeszukiwania literatury, doboru portów lotniczych.
- Opis kwestionariusza.
- Opis grupy kontrolnej (grupy osób, portów)

Proszę podać wystarczającą ilość szczegółów, aby umożliwić odtworzenie pracy przez niezależnego badacza. Metody, które zostały już opublikowane, należy streścić i wskazać przez odniesienie. W przypadku cytowania bezpośrednio z wcześniej opublikowanej metody, proszę użyć cudzysłowu i podać źródło. Należy również opisać wszelkie modyfikacje istniejących metod. Jeśli prowadziłeś oryginalne badania marketingowe, opisz metodologię badawczą, (gdzie? w jaki sposób? dobór próby?, ewentualne problemy badawcze), co badanie miało wnieść do artykułu? W przeciwieństwie do tego, sekcja Obliczenia stanowi praktyczne rozwinięcie podstaw teoretycznych.

Results

Cele sekcji: obiektywne pokazanie – na ile jest to możliwe – kluczowych wyników, ale bez ich interpretacji. Pokazuje, jakie wyniki osiągnęliśmy. Dzielimy wyniki zgodnie ze zbiorami danych (np. jeśli analizowaliśmy wywiady oraz ankiety, to musimy je osobno omówić). Wyniki powinny być jasne i zwięzłe. Do najważniejszych wniosków należy zaliczyć:

- aaaaaaaa,
- nnnnnnn,
- rosnący udział w rynku.

Wnioski takie są oparte na autorskich badaniach.

Discussion

Cele sekcji: Pokazanie, co nasze wyniki w ogóle znaczą i dlaczego nasze analizy są ważne?

Co ustaliliśmy nowego w naszych badaniach?

Co wiedzieli inni, a co my wiemy?

Jakie są podobieństwa i różnice w wynikach?

Jakie wnioski z tego można wyciągnąć?

Jakie plany badawcze mamy?

Czy nasze wyniki potwierdziły hipotezę?

Powinna ona analizować znaczenie wyników pracy, a nie je powtarzać. Często odpowiednia jest połączona sekcja Wyniki i Dyskusja. Proszę unikać obszernego cytowania i omawiania opublikowanej literatury.

Conclusions

Główne wnioski z badania można przedstawić w krótkiej sekcji Wnioski, która może być samodzielna lub stanowić podsekcję sekcji Dyskusja lub Wyniki i dyskusja.

Acknowledgements

Podziękowania proszę umieścić w osobnej sekcji na końcu artykułu przed odniesieniami, a zatem nie należy ich umieszczać na stronie tytułowej, jako przypis do tytułu lub w inny sposób. Proszę wymienić tutaj osoby, które udzieliły pomocy podczas badań (np. pomoc językowa, pomoc w pisaniu lub korekta artykułu itp.)

W tej sekcji można wskazać źródła finansowania badań. Proszę podziękować za pomoc wszystkim osobom, które wniosły znaczący wkład w ulepszenie artykułu (np. oferując komentarze lub sugestie).

Proszę wymienić źródła finansowania w ten standardowy sposób, aby ułatwić spełnienie wymagań fundatora.

Funding:

Ta praca była wspierana przez Narodowe Instytuty Transportu [numery grantów xxxx, yyyy]; Fundację Maxa i Yelda Gatesów, Warszawa, PL [numer grantu zzzz]; oraz Amerykańskie Instytuty Drogowe [numer grantu aaaa].

Appendices

Jeśli istnieje więcej niż jeden załącznik, należy je oznaczyć jako A, B itd. Wzory i równania w dodatkach powinny mieć oddzielną numerację: Równanie (A.1), równanie (A.2) itd.; w kolejnym dodatku równanie (B.1) itd. Podobnie w przypadku tabel i rysunków: Tabela A.1; Rys. A.1 itd.

References:

Abate, M., Christidis, P. and Purwanto, A. J. (2020) 'Government support to airlines in the aftermath of the COVID-19 pandemic', *Journal of Air Transport Management*. Pergamon, 89, p. 101931. doi: 10.1016/J.JAIRTRAMAN.2020.101931.

CAA in Poland (2020) *Air Traffic in Poland*. Available at: www.ulc.gov.pl (Accessed: 12 October 2021).

Mańkowska, M. *et al.* (2023) 'Factors determining the implementation of green practices in airport management. The case study of Polish airports', *Journal of Air Transport Management*. Pergamon, 111, p. 102438. doi: 10.1016/J.JAIRTRAMAN.2023.102438.

SNCF (2020) *Official Web Page*. Available at: <https://www.sncf.com/fr/groupe/profil-et-chiffres-cles/portrait-entreprise/sncf-2020-nouveau-groupe> (Accessed: 1 June 2020).

Tłoczyński, D. (2016) *Konkurencja na polskim rynku usług transportu lotniczego*. Gdańsk: Publisher University of Gdańsk.

Tłoczyński, D. (2020) 'Service on board an aircraft as an instrument of shaping the image of air carriers', *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 64(1). doi: 10.15611/pn.2020.1.15.

Tłoczyński, D. and Hebel, K. (2020) 'Accessibility of Polish Regional Airports for Potential Passengers as a Result of the Development of Airport Links', in *Transportation Research Procedia*. doi: 10.1016/j.trpro.2020.02.077.

