

Spis treści

- 1. Adamowicz M.**
Konsumpcja owoców i preferencje konsumentów europejskich – koncepcja i zarys wybranych wyników badań zintegrowanego projektu badawczego ISAFRUIT.
Consumption of fruits and preferences of European Consumers – concept of research and outline of selected research results of integrated research project ISAFRUIT5
- 2. Włodarczyk A., Adamowicz M.**
Czynniki kształtujące konsumpcję owoców i przetworów owocowych w Polsce w latach 1990-2007.
Factors influencing consumption of fruits and fruit products in Poland in year 1990-2007.....26
- 3. Włodarczyk A., Adamowicz M.**
Prognoza oraz determinanty wzrostu konsumpcji owoców i ich przetworów w Polsce w perspektywie roku 2025.
Prospect and determinations of fruit and fruit products consumption growth in Poland till 202538
- 4. Jasiulewicz A.**
Rozpoznanie motywów i bariery konsumpcji owoców i produktów owocowych na podstawie rezultatów badań jakościowych.
Diagnosis of motives and barriers of fruit and fruit products consumption on the basis of quality survey results51
- 5. Adamowicz M.**
Zachowanie konsumentów w procesach adopcji innowacji na rynku owoców.
Consumer behaviour in innovation adoption process on fruit market62
- 6. Kraszewska M.**
Determinanty akceptacji innowacji przez konsumentów na rynku owoców i produktów owocowych – przegląd literatury.
Determinants of consumer innovativeness for fruit and fruit products – a literature review74
- 7. Rakowska J.**
Wykorzystanie narzędzi metod jakościowych w badaniu innowacji na rynku owoców i produktów owocowych w wybranych krajach europejskich.
Application of qualitative data analysis tools for research in fruit innovations in selected European countries86
- 8. Rakowska J.**
Przeгляд i kategoryzacja innowacji na rynku owoców i produktów owocowych w Grecji, Hiszpanii, Holandii i Polsce.
Inventory and categorization of recent fruit and fruit product innovations in Greece, the Netherlands, Spain and Poland95
- 9. Kraszewska M.**
Wykorzystanie wybranych narzędzi badawczych do badania innowacyjności konsumentów – aspekty metodologiczne.
Measurement instruments for studying consumer innovativeness – how to approach and adapt them to the specific study – methodological aspects105
- 10. Kraszewska M.**
Komunikacja a akceptacja innowacji na rynku owoców i produktów owocowych w czterech krajach europejskich – wyniki badań jakościowych.
Influence of communication on innovative fruit acceptance by consumers in four European countries – focus group interviews results118

11. Krukowski A.

Uwarunkowania rozwoju i czynniki funkcjonowania łańcuchów dostaw owoców.

Conditions and factors of success in functioning of fruits supply chains for fruits129

12. Lemanowicz M.

Modele i koncepcje rozwoju sieci łańcuchów dostaw – zarządzanie i innowacyjność.

Models and concepts of supply chain development – management and innovations143