

Spis treści

Wprowadzenie	7
---------------------------	----------

Część I

Konsument w przestrzeni rynkowej

Barbara Borusiak

Prawidłowości zachowań nabywców w sklepie samoobsługowym	11
<i>Buyers behaviour in self-service store</i>	

Irena Manczak

Klastry jako przestrzenna forma koncentracji rynku turystycznego – na przykładzie Małopolskiego Klastra Turystycznego.....	23
<i>Cluster as spatial form of concentration of the tourist market (Tourist Cluster in Małopolska)</i>	

Ewa Michalik

Podstawy informacyjno-metodyczne badania wizerunku regionu.....	41
<i>The basis of informational-methodical research of region's image</i>	

Katarzyna Oryszczak

Seniorzy w Polsce – próba identyfikacji profilu segmentu.....	53
<i>Seniors in Poland – attempt of identification of segment profile</i>	

Agata Stolecka

Akulturacyja jako przedmiot badań.....	71
<i>Acculturation as an object of research</i>	

Piotr Zawada

Pracownik jako konsument organizacji, marketing wewnętrzny – wyzwanie dla przedsiębiorstwa w dobie kryzysu ekonomicznego.....	87
<i>Employee as a customer of an organization, internal marketing, contemporary business activity</i>	

Część II

Zachowania rynkowe konsumentów w procesie wyboru i zakupu dóbr oraz usług – wyniki badań empirycznych

Sebastian Brańka

Charakterystyka zachowań konsumentów na terenach przygranicznych –
przykład pogranicza polsko-ukraińskiego.....103
*Consumer behaviour in the border space example of the border space between
Poland and Ukraine*

Stanisław Popck

Żywność modyfikowana genetycznie w opinii konsumentów.....121
Genetically Modified Food – consumer opinions

Monika Rozborska

Dochody jako czynniki warunkujące przestrzenne zróżnicowanie konsumpcji
gospodarstw domowych.....133
*Revenues as a factors of effecting regional differences in consumption
of household*

Lucyna Szczygiel

Wpływ cech jakościowych produktów na decyzje wyboru konsumentów.....153
Qualitative aspects of choices products by consumers

Elżbieta Wolanin-Jarosz

Zachowania młodych konsumentów na rynku soków – wyniki badań
empirycznych.....173
*Behaviors of young consumers at the juices market – the results of the empirical
research*