

Spis treści

Table of contents

GENOWEFA SOBCZYK – Wstęp	7
Introduction	

Część I

Uwarunkowania konkurencyjności producentów i pośredników rynkowych

Conditions of competitiveness of producers and market middlemen

MONIKA BOGUSZEWICZ-KREFT, JĘDRZEJ STRUMILLO – Innowacje operacyjne jako źródło przewagi konkurencyjnej	11
Operation innovations as a source of competitive superiority	
KRZYSZTOF RADKOWSKI – Proces świadczenia usług jako istotny element kształtowania przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwach usługowych	17
The quality service process as an important element in creating the competitive superiority in the service enterprise	
ANNA RYCHŁY-LIPIŃSKA, KATARZYNA DAJCZAK – System zarządzania jakością czynnikiem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw na rynku	24
The system of quality management as a factor of competitive superiority of enterprises on the market	
RENATA NESTOROWICZ – Instrumenty konkurencyjności na rynku usług szkoleniowych w Polsce ..	30
Instruments of competitiveness on the training services market in Poland	
KATARZYNA RUPIK – Uwarunkowania konkurencyjności dla nowych modeli biznesu (na przykładzie sektora odzieżowego)	37
Conditions of competitiveness for new business models (the clothing industry as an example)	
KATARZYNA DAJCZAK – Konkurencyjność polskiego przemysłu stoczniowego na rynku globalnym	43
The competitiveness of Polish shipbuilding industry on the global market	
MAREK KUŹMICKI, JAROSŁAW ŻBIKOWSKI – Rola regionalnych i lokalnych organizacji wspierających rozwój gospodarki turystycznej w województwie lubelskim	49
The role of regional and local organisations supporting tourist economy in Lublin voivodship	
MATEUSZ DROBA – Odpowiedzialność sprzedawcy za towar konsumpcyjny jako czynnik jego konkurencyjności w świetle prawa wspólnotowego i krajowego	57
Responsibility of the seller for consumption goods as a factor of its competitiveness in the light of common and home law	

Część II

Narzędzia marketingowe a rozwój technik informatycznych i komunikacyjnych

Marketing tools and the development of information and communication technology

TOMASZ SURMACZ – Współpraca producenta i detalisty w łańcuchu dostaw FMCG – jako czynnik przewagi konkurencyjnej	67
Cooperation between the producer and the retailer in the supply chain of FMCG as a factor of competitive superiority	

TADEUSZ POKUSA – Strategia efektywnej obsługi klienta – ECR w świetle wyników badań	73
Strategy of effective customer's service – ECR in the light of research outcome	
BARTŁOMIEJ STOPCZYŃSKI – Centra handlowe kreujące nowe cechy konkurencyjności na rynku sprzedaży detalicznej	87
Shopping centres creating new features of competitiveness on the retail sale market	
MARCIN GAŚSIOR – Relacja producent–konsument w aspekcie badań postępowania nabywców indywidualnych na polskim rynku IT	95
Relation: Producer – consumer in the aspect of customer's behaviour research on the Polish IT market	
GRZEGORZ MAZUREK – Rynek internetowy a uwarunkowania rynku doskonale konkurencyjnego	101
Internet market and conditions of perfectly competitive market	
PIOTR JÓZWIĄK – Pozycjonowanie witryn WWW innowacją w marketingu internetowym	107
Search Engine Optimisation as an innovation in Internet marketing	
ZYGMUNT WAŚKOWSKI – Kierunki ewolucji marketingu partnerskiego na rynku B2B – w świetle badań	114
Directions of partnership marketing on B2B market in the light of research	
IZABELA SOWA – Nowoczesne formy komunikacji a procesy decyzyjne młodych konsumentów	121
Modern forms of communication and decision-making processes of young consumers	

Część III

Trendy w zachowaniach konsumentów na rynku

Trends in consumers' behaviour on the market

SŁAWOMIR SMYCZEK – Uwarunkowania i czynniki kształtujące zachowania konsumentów na rynku usług finansowych	131
Conditions and factors forming consumers' behaviour on finance services market	
MONIKA BOGUSZEWICZ-KREFT, JĘDRZEJ STRUMILLO – Wpływ oczekiwań klientów na postrzeganie jakości usług świadczonych przez jednostki administracji samorządowej	137
Effect of customers' expectations on perceiving the quality of services rendered by units of self-government administration	
MAGDALENA DOŁHASZ – Wpływ reklamy na zachowania konsumentów na podstawie badań studentów Małopolski	144
Effect of advertising on consumers' behaviour (studies based on Małopolska students' behaviour)	
IWONA KOWALCZUK – Postawy konsumentów wobec różnych form reklamy	152
Consumers' attitudes towards different forms of advertising	
IWONA KOWALCZUK, BEATA MIKUTA, JUSTYNA ZWIERZYK – Zachowania konsumentów w sferze czasu wolnego i ich uwarunkowania	159
Consumers' behaviour as regards their free time and its conditioning	
MIROSLAW ŁAGUNA – Gospodarstwa agroturystyczne w opinii ich właścicieli	166
Agrotourist farms according to opinions of their owners	
Bibliografia	173
Bibliography	
Wykaz autorów	179
List of authors	