Spis treści

Wprowadzenie 11

1. Metodyka badań 13
1.1. Cele i hipotezy badawcze 13
1.2. Zastosowane metody badawcze 14

2. Rola informacji we współczesnej gospodarce 17
2.1. Informacja w pracach wybitnych ekonomistów 17
2.2. Koncepcja inteligentnej organizacji 22
2.3. Informacja kategorią ekonomiczną 25

3. Teoretyczne zagadnienia informacji rynkowej 35
3.1. Rola i znaczenie informacji rynkowej 35
3.2. Źródła informacji rynkowej w UE i w Polsce 41

4. Geneza i rozwój rynków hurtowych w Polsce 45
4.1. Definicja i funkcje rynku hurtowego 45
4.2. Rynki hurtowe w ujęciu historycznym 46
4.3. Rozwój instytucji i organizacji rynku rolnego 51

5. Ocena systemów dystrybucji informacji na wybranych rynkach hurtowych 53
5.1. Warszawski Rolno-Spożywczy Rynek Hurtowy S.A. Bronisze 53
5.1.1. Ogólna charakterystyka rynku 53
5.1.2. Misja i cele rynku 57
5.1.3. System dystrybucji informacji 58
5.2. Wielkopolska Gildia Rolno-Ogrodnicza S.A. Poznań 59
5.2.1. Ogólna charakterystyka rynku 59
5.2.2. Misja i cele rynku 62
5.2.3. System dystrybucji informacji 63
5.3. Analiza porównawcza 65

6. Ocena oczekiwań odbiorców informacji dystrybuowanej przez wybrane rynki hurtowe w świetle badań empirycznych 67
6.1. Charakterystyka zbiorowości próbnej 68

6.2. Profil uczestnika rynku hurtowego jako użytkownika technologii informacyjno-telekomunikacyjnych 72
6.3. Profil uczestnika rynku hurtowego ze względu na rodzaje poszukiwanej informacji 75
6.4. Analiza ilościowa badanych zbiorowości ze względu na wiek 83
6.5. Podsumowanie 85

7. Model wyboru źródła informacji przy użyciu metody Analitycznego Procesu Hierarchicznego (AHP) 88
7.1. Teoretyczne podstawy Analitycznego Procesu Hierarchicznego (AHP) 93
7.2. Metoda Delficka 99
7.3. Prezentacja wyników badań empirycznych – model systemu informacji dla rynku hurtowego 103

Podsumowanie i wnioski 117

Bibliografia 121

Aneks 127

Summary 158