

Spis treści

Wprowadzenie.....	5
-------------------	---

HANDEL DETALICZNY NA RYNKU PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

Agnieszka Izabela Baruk , Miopia detalistów w kontekście koncepcji zarządzania wiedzą o kliencie i wiedzą klienta	9
Wiesław Ciechomski , Handel detaliczny żywnością – stan obecny i perspektywy rozwoju	21
Joanna Wrześcińska , Warunki rozwoju sklepów wielkopowierzchniowych w Polsce... ..	34
Katarzyna Bilińska-Reformat , Wpływ kryzysu na rozwój sieci dyskontowych w handlu artykułami żywnościowymi w Polsce.....	46
Krzysztof Firlej, Agnieszka Rydz , Adaptacja nowych form handlu detalicznego w gospodarce rynkowej na przykładzie Carrefour Polska Sp. z o.o. oraz Lewiatan Holding S.A.	56
Aleksandra Lubańska , Znaczenie handlu wielkopowierzchniowego w Polsce – przemiany i perspektywy rozwoju.....	71
Hanna Górską-Warsewicz , Strategie rozszerzania marek handlowych produktów żywnościowych.....	85
Arkadiusz Piwowar , Analiza przestrzennego zróżnicowania cen detalicznych wybranych produktów żywnościowych w Polsce w latach 2005–2010.....	95

UWARUNKOWANIA I SYSTEMY DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

Marzanna Katarzyna Witek-Hajduk , Modele biznesu przedsiębiorstw przemysłu spożywczego a systemy dystrybucji produktów spożywczych	109
Halina Powęska , Nierejestrowana transgraniczna wymiana handlowa artykułami żywnościowymi na polskim odcinku zewnętrznej granicy Unii Europejskiej	120
Renata Nestorowicz, Magdalena Stefańska , Stan i perspektywy rozwoju dystrybucji żywności <i>fair trade</i> w Polsce na tle wybranych krajów europejskich.....	130
Barbara Grzybowska , Innowacje w produkcji i handlu żywnością.....	148
Edward Chrzan , Wzrastająca rola klastrów w produkcji i dystrybucji żywności	159
Olga Stefko , Skuteczność powiązań integracyjnych w dystrybucji towarów żywnościowych.....	169

Agnieszka Widawska-Stanisiz , Franczyza jako forma dystrybucji na rynku usług gastronomicznych	179
Marcin Gębarowski , Koncepcja wirtualnego sklepu a dystrybucja produktów żywnościowych	190
Anna Sieczko, Leszek Sieczko , Dystrybucja tradycyjnych i regionalnych produktów mlecznych poprzez portal Allegro	199
Radosław Baran , Ograniczenia rozwoju handlu elektronicznego produktami żywnościowymi	211
Janusz Majewski, Marcin Idzik, Anna Idzik , Znaczenie internetu w dystrybucji produktów żywnościowych	221
Izabela Ostrowska , Analiza najistotniejszych barier sprzedaży produktów żywnościowych przez internet (na podstawie wyników wywiadu grupowego)	232

DYLEMATY I KIERUNKI ROZWOJU DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

Benedykt Pepliński, Karol Wajszczuk, Rafał Baum, Dariusz Majchrzycki, Jacek Wawrzynowicz , Możliwości i ograniczenia w produkcji i dystrybucji produktów pochodzących z tuczników żywionych ekstensywnie	243
Monika Wojcieszak , Kształtowanie modelu konsumpcji opartego na dystrybucji produktów żywnościowych na przykładzie programu „Owoce w szkole” w województwie wielkopolskim	254
Beata Reformat , Budowa przewagi konkurencyjnej dzięki asortymentowi bazującemu na produktach lokalnych oferowanych przez krajowe sieci handlu detalicznego ...	265
Renata Nestorowicz, Bogna Pilarczyk , Trendy w rozwoju dystrybucji żywności ekologicznej w Polsce	274
Maciej Brzozowski , Projektowanie produktów żywnościowych w kompleksowym podejściu <i>design management</i> w przedsiębiorstwie	285
Anna M. Zarzycka , Dystrybucja jako proces biznesowy w nowym myśleniu strategicznym	294
Agnieszka Tarnowska , Zmiany w dystrybucji artykułów mleczarskich na przykładzie hurtowni nabiałowej Agolma	304
Agnieszka Piotrowska , Działania merchandisingowe podejmowane w sieciach hiper- i supermarketów przez agencję merchandisingową	316