

METODY POMIARU I ANALIZY RYNKU USŁUG POMIAR JAKOŚCIOWY-ZASTOSOWANIA I EFEKTYWNOŚĆ

Red. Józef Garczarczyk

SPIS TREŚCI

Wstęp 5

Krystyna Mazurek-Lopacińska, Magdalena Sobocińska

Badania jakościowe: metody, nowe podejścia i konteksty badawcze 7

Stanisław Kaczmarczyk

Wybrane metody analizy danych jakościowych w badaniach marketingowych 19

Józef Garczarczyk, Robert Skikiewicz

Barometry koniunktury w przewidywaniu zmian na rynku ubezpieczeniowym 28

Iwona Olejnik

Zastosowanie metody tajemniczy klient w ocenie jakości usług finansowych 40

Grzegorz Kowalewski

Przydatność testów koniunktury do analizy rynku usług 50

Sylwia Michalak, Bogdan Sojkin

Wykorzystanie techniki wywiadu pogłębionego w ocenie procesu usługowego 61

Tomasz Olejniczak, Piotr Biela

Wykorzystanie metody obserwacji w zarządzaniu siecią handlową. 73

Jadwiga Stobiecka

Pomiar zachowań konsumentów na rynku usług. Jakość, wartość dla klienta, satysfakcja, zaufanie czy lojalność? 82

Sylwester Białowąs

Awersja wobec ryzyka w zachowaniach finansowych 96

Robert Skikiewicz

Zastosowanie metody k-średnich w segmentacji klientów banków na podstawie wskaźników lojalności 104

Maciej Beręsewicz, Marcin Szymkowiak

Kilka uwag na temat metod ważenia w badaniach marketingowych z brakami odpowiedzi 116

4 Spis treści

Wojciech Roszka

Iteracyjne dopasowanie proporcjonalne jako metoda poprawiania wyników w badaniach sondażowych 125

Piotr Tarka

Zastosowanie analizy ścieżkowej w modelu LISREL do oceny skuteczności badań marketingowych 139

Mirosława Kaczmarek

Kryteria oceny funkcjonalności witryny internetowej banku 151

Elżbieta Gołata

Percepcja potrzeb w perspektywie przemian demograficznych 160

Agnieszka Stanimir

Wizualizacja danych tekstowych z wykorzystaniem analizy korespondencji 175

Tomasz Szubert

Zastosowanie analizy sieciowej do badania rozmieszczenia placówek handlowych na terenie miasta Poznania 186