

Nr 1170

PRACE NAUKOWE

Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu

Pozycja polskich podmiotów rynkowych – pierwsze doświadczenia procesów integracji

Redaktor naukowy

Aniela Styś

Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej
im. Oskara Langego we Wrocławiu
Wrocław 2007



Komitety Redakcyjny

*Andrzej Matysiak (przewodniczący),
Tadeusz Borys, Jan Lichtarski, Adam Nowicki, Zdzisław Pisz,
Waldemar Podgórski, Wanda Ronka-Chmielowiec, Jan Skalik, Stanisław Urban*

Recenzenci

Anna Olejniczuk-Merta, Janusz Olearnik

Redakcja wydawnicza

Dorota Pitulec

Korektor

Teresa Wilniewicz

Projekt okładki

Beata Dębska

**Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy**

Wydanie publikacji dofinansowane ze środków KBN

**© Copyright by Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu
Wrocław 2007**

PL ISSN 0324-8445

Druk i oprawa: Zakład Graficzny AE we Wrocławiu. Zam. 232/2007

Spis treści

Wstęp	7
Stanisław Styś: Makrootoczenie w kreowaniu międzynarodowej pozycji podmiotów gospodarczych	9
Magdalena Daszkiewicz, Paweł Waniowski: Pozycja Polski na arenie międzynarodowej jako wynik celowych działań komunikacyjnych	15
Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska: Polskie przedsiębiorstwa wobec wyzwań wynikających z procesu integracji europejskiej	28
Aniela Styś: Marketingowe problemy procesów integracyjnych – kontekst konkurencji i postrzegania wartości	41
Władysława Muszyńska: Wpływ integracji na warunki życia i preferencje zakupowe Polaków	53
Magdalena Daszkiewicz: Wpływ relacji społecznych na pozycję rynkową polskich przedsiębiorstw	63
Marek Drewiński: Instytucje rynkowe w Polsce a proces integracji w Unii Europejskiej (na przykładzie giełd towarowych)	74
Witold Kowal: Zmiany w planowaniu działań marketingowych dużych przedsiębiorstw w Polsce w latach 2001-2005	86
Urszula Kałużna-Drewińska: Konsolidacja polskich przedsiębiorstw handlowych	96
Anetta Pukas, Tomasz Żyminkowski: Znaczenie Internetu w zarządzaniu relacjami z klientem na rynku polskim	108
Krzysztof Miłota: Sukces innowacji produktowej na współczesnym rynku i jego determinanty na wybranych przykładach	122
Barbara Iwankiewicz-Rak: Organizacje pozarządowe w Polsce – problemy współpracy międzynarodowej	133
Paweł Waniowski: Niska cena jako narzędzie kreowania przewagi konkurencyjnej	146
Lech Rak: Produkty tradycyjne szansą na konkurencyjnym rynku UE	156
Dorota Bednarska-Olejniczak: Istota, funkcjonowanie i kierunki rozwoju usług <i>private banking</i> w Polsce	167
Jolanta Radkowska, Krzysztof Radkowski: Kierunki rozwoju polskiego systemu edukacji wyższej na tle procesu tworzenia europejskiego obszaru szkolnictwa wyższego	176
Jolanta Radkowska, Krzysztof Radkowski: Uwarunkowania i kierunki rozwoju polskiego rynku motoryzacyjnego na tle zachodzących procesów integracyjnych	187

Summaries

Stanisław Styś: Macroevironment in Creating International Position of Entrepreneurs	14
Magdalena Daszkiewicz, Paweł Waniowski: International Position of Poland as a Result of Communication Activities	27
Krystyna Mazurek-Łopacińska, Magdalena Sobocińska: Polish Companies in the Face of European Integration Challenges	40
Aniela Styś: Problems of Marketing in Terms of Integration Process – Context of Competition and Value Perception	52
Władysława Muszyńska: Integration's Influence on Living Conditions and Purchase Preferences of Polish Citizens	62
Magdalena Daszkiewicz: The Influence of Community Relations on the Market Position of Polish Firms	73
Marek Drewiński: Market Institutions in Poland and Integration's Process in the European Union (the Example of Commodity Exchange)	85
Witold Kowal: Changes in the Marketing Planning in Polish Firms in Years 2001-2005	95
Urszula Kałużna-Drewińska: Consolidation of Polish Businesses	107
Anetta Pukas, Tomasz Żyminkowski: The importance of Internet in Customer Relationship Management of the Polish Market	121
Krzysztof Milota: The Success of Product Innovation on the Modern Market and its Determinants – by Selected Examples	132
Barbara Iwankiewicz-Rak: Non Government Organizations – Problems of International Co-operation	144
Paweł Waniowski: The Low Price as a Tool in Creating Competitive Advantage	155
Lech Rak: Traditional Products – Chance on Competitive Market of the European Union	166
Dorota Bednarska-Olejniczak: The Functioning and Directions of Development of Private Banking in Poland.....	175
Jolanta Radkowska, Krzysztof Radkowski: The State and Direction of Development of Polish Higher Education in the Process of Creating the European Higher Education Area	186
Jolanta Radkowska, Krzysztof Radkowski: The Automobile Market in Poland – Conditions and Directions of Changes Concerning the On-going Process in Integration	195

Wstęp

Proces transformacji gospodarki polskiej i dotychczasowa dynamika adaptacji idei gospodarki rynkowej to olbrzymie wyzwania zarówno dla podmiotów gospodarczych, jak i dla całego systemu ekonomicznego. Nakładający się na te przemiany proces integracji z Unią Europejską wywołuje także dodatkowe wyzwania dotyczące budowy pozycji rynkowej podmiotów gospodarczych oraz szans tworzenia i umacniania ich przewagi konkurencyjnej. Minione lata przynoszą pierwsze doświadczenia w tym zakresie. Ich charakter jest zróżnicowany – od korzyści z jednej strony do utraty szans rozwoju z innej. Powstaje więc dylemat, jak dalej układać się będą relacje między szansami i zagrożeniami na rynku europejskim.

Prezentowany zestaw referatów obrazuje część problemów występujących w tej dziedzinie.

Aniela Styś