

ANNALES

UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA

K O M I T E T R E D A K C Y J N Y

REDAKTOR NACZELNY

Krzysztof Stępnik

REDAKTORZY SEKCJI

A	MATHEMATICA	Stanisław Prus
AA	CHEMIA	Jacek Goworek
AAA	PHYSICA	Stanisław Hałas
AI	INFORMATICA	Wiesław Kamiński
B	GEOGRAPHIA, GEOLOGIA ETC.	Maria Łanczont
C	BIOLOGIA	Wanda Małek
F	HISTORIA	Małgorzata Willaume
FF	PHILOLOGIAE	Barbara Boniecka
G	IUS	Lech Dubel
H	OECONOMIA	Jerzy Węclawski
I	PHILOSOPHIA – SOCIOLOGIA	Lesław Hostyński
J	PAEDAGOGIA – PSYCHOLOGIA	Ryszard Bera
K	POLITOLOGIA	Maria Marczevska-Rytko
L	ARTES	Tomasz Jasiński



ANNALES

UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA

SECTIO H

OECONOMIA



VOL. XLIX, 1

2015

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
ISSN 0459-9586

REDAKTOR SEKCJI
JERZY WĘCŁAWSKI (jerzy.weclawski@umcs.lublin.pl)

SEKRETARZ SEKCJI
ANNA KORZENIOWSKA (anna.korzeniowska@umcs.lublin.pl)

KOMITET REDAKCYJNY SEKCJI
PIOTR KARPUSZ (red. tematyczny – ekonomia, UMCS), TOMASZ MICKIEWICZ (Aston Business School, Aston University)
HELMUT PERNSTEINER (Johannes Kepler Universität Linz), THOMAS POGUNTKE (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf)
JOLANTA SZOLNO-KOGUC (red. tematyczny – finanse, UMCS), ELŻBIETA SKRZYPEK (UMCS)
GENOWEFA SOBCZYK (red. tematyczny – zarządzanie, UMCS), URSZULA WICH (UMCS)

Czasopismo wydawane jest w wersji on-line i drukowanej. Wersja papierowa jest wersją pierwotną czasopisma.
Wersja on-line: www.annales.umcs.lublin.pl

Czasopismo indeksowane w bazach:
Index Copernicus <http://journals.indexcopernicus.com>
BazEkon http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy

Lista recenzentów zamieszczana jest w ostatnim zeszycie tomu.

OPRACOWANIE REDAKCYJNE
KRZYSZTOF GAJOWIAK

REDAKTOR STATYSTYCZNY
PAWEŁ WRÓŃSKI

KOREKTA TEKSTÓW W JĘZYKU ANGIELSKIM
JADWIGA BRANICKA

PROJEKT OKŁADKI I STRON TYTUŁOWYCH
JERZY DURAKIEWICZ

SKŁAD I ŁAMANIE
IDEALIT

ISSN 0459-9586

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
20-031 Lublin, Idziego Radziszewskiego 11, tel. (81) 537-53-04
e-mail: sekretariat@wydawnictwo.umcs.eu <http://www.umcs.lublin.pl/wydawnictwo>

Dział Handlowy: tel./faks 81 537-53-02
Księgarnia internetowa: www.wydawnictwo.umcs.eu
e-mail: wydawnictwo@umcs.eu

DRUK: Elpil, 08-110 Siedlce, ul. Artyleryjska 11
Nakład 145 egz.



Prof. dr hab. Genowefa Sobczyk

Spis treści

Table of contents

PROF. DR HAB. GENOWEFA SOBCZYK	
Główne kierunki działalności naukowo-badawczej i dydaktycznej (Main directions of scientific-research and didactic activity)	9
Bibliografia prac prof. dr hab. Genowefy Sobczyk (List of publications)	19
ILONA BONDOS	
<i>Target costing</i> – znaczenie perspektywy klienta w procesie ustalania ceny	
Target costing – the meaning of customer’s perspective in the price setting process	27
ANETA CELOCH	
Rola marketingowego zarządzania szkołą wyższą w aspekcie zmian na rynku usług edukacyjnych	
The role of marketing management of the university at the aspect of changes in higher education market	35
YULIYANA GILETA, YEVHEN KRYKAVSKYY	
Modern technologies in import substitution policy on pharmaceutical market	
Nowoczesne technologie w polityce substytucji importu na rynku farmaceutycznym	43
MAREK KUŹMICKI	
Instytucjonalno-systemowe bariery rozwoju przedsiębiorstw gastronomicznych i noclegowych w województwie lubelskim	
Institutional and systemic barriers to the development of gastronomic and accommodation enterprises in Lublin province	53
ROBERT LEMBRYCH-FURTAK	
Strategiczne aspekty zarządzania marką	
Strategic aspects of brand management	63
MARCIN LIPOWSKI	
Postrzeganie ryzyka jako czynnik warunkujący zachowanie konsumenta w kanale dystrybucji	
Risk perception as a determinant of consumer behavior in distribution channel	71

PRZEMYSŁAW ŁUKASIK, BRUNO SCHIVINSKI	
Pomiar kapitału marek własnych detalistów	
Measuring the store brand equity	81
HENRYK MAMCARZ	
Obligacje o zmiennym oprocentowaniu. Struktura i funkcjonowanie instrumentu	
Floating rate notes. The structure and functioning of the instrument	89
RADOSŁAW MAĆIK	
Substytucyjność i komplementarność fizycznego i wirtualnego kanału zakupu	
Substitutability and complementarity of physical and virtual	
purchase channels	99
BOGUMIŁA MUCHA-LESZKO, MAGDALENA KĄKOL	
Wyniki gospodarcze Szwecji w latach 2000–2013 a problem wprowadzenia euro	
Sweden's economic outcomes in 2000–2013 and the euro adoption problem	113
MIROŚLAWA PLUTA-OLEARNIK	
Usługi kształcenia na poziomie wyższym – modele i czynniki rozwoju	
The higher education services – models and development conditions	127
AGNIESZKA SITKO-LUTEK	
Złożoność kultury organizacyjnej w perspektywie międzynarodowej	
Organizational culture complexity in international perspective	137
CZESŁAW SKOWRONEK	
Procesy logistyczne w działalności marketingowej przedsiębiorstwa	
Logistic processes in the marketing activity of enterprises	147
MARIA SŁAWIŃSKA	
Innowacje marketingowe w działalności przedsiębiorstw handlowych	
Marketing innovations in the operation of commercial enterprises	157
WACŁAWA STARZYŃSKA	
Warunki udziału w postępowaniu i sposób ich spełnienia przez wykonawców a zasada	
uczciwej konkurencji w zamówieniach publicznych	
Participation criteria and models of their fulfilment by suppliers and principle of	
fair competition in the public procurement	169
JOLANTA SZOŁNO-KOGUC	
Czynniki nierównowagi finansów publicznych w Polsce	
– próba oceny wybranych kategorii	
Factors of imbalance of public finance in Poland – an attempt to assess	
chosen categories	179
JERZY WĘCŁAWSKI	
Przekształcenia polskiego systemu bankowego w latach 1989–2014	
The transformation of the Polish banking system in the years 1989–2014	189
URSZULA WICH	
Rola gospodarki lokalnej w rozwoju regionu lubelskiego	
Role of local economy in the development of the Lublin region	201
JAN ZALEWA	
Przesłanki nowej strategii rozwojowej polskiego rolnictwa	
Premises of a new strategy of the development of Polish agriculture	213