

PROF. DR HAB. GENOWEFA SOBCZYK

*Główne kierunki działalności
naukowo-badawczej i dydaktycznej*

Main directions of scientific-research and didactic activity

Trochę historii

Zawsze uważałam, że o losach ludzi często decydują przypadki. W moim dorosłym życiu też miały one miejsce. Pierwszy polegał na tym, że kończąc liceum ogólnokształcące, marzyłam o studiach prawniczych, ale nie spotkało się to z aprobatą mojej wychowawczyni i wybrałam ekonomię na nowo utworzonym Wydziale Ekonomicznym UMCS w Lublinie. Czteroletnie wówczas studia ukończyłam z wyróżnieniem w czerwcu 1969 r. i przygotowałam pracę magisterską pod kierunkiem prof. dr. hab. Augustyna Wosia. Na ostatnim roku studiów byłam zapraszana – jako stypendystka naukowa – na seminarium doktoranckie prowadzone przez prof. dr. hab. Tadeusza Preciszewskiego, który snuł plany co do mojego zatrudnienia i obszaru zainteresowań naukowych. Tymczasem Katedra Profesora nie otrzymała etatu, co wykorzystał prof. dr. hab. Władysław Holtzman (sprawujący wówczas funkcję dziekana Wydziału), proponując mi przejście do utworzonej Katedry Ekonomiki Przemysłu.

Pracę zawodową rozpoczęłam zatem rocznym etatem asystenta–stażysty z wieloma obowiązkami organizacyjno-technicznymi w Katedrze. Kolejne stanowisko – asystenta – zajmowałam przez rok, po czym zostałam skierowana na stacjonarne studia doktoranckie na Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny Uniwersytetu Łódzkiego. Promotorem rozprawy doktorskiej był prof. dr. hab. Władysław Piotrowski, a jej tematem *Efektywność produkcji sezonowej w przemyśle cukrowniczym*. Obrona odbyła się we wrześniu 1975 r. Z przedstawionej mi przez promotora propozycji pracy w Katedrze,

która prowadziła wtedy rozległe prace badawcze nad rozwojem aglomeracji łódzkiej, nie skorzystałam i wróciłam do Lublina. Uznałam, że lojalność wobec pierwszego kierownika zobowiązuje.

Tutaj przez następne lata pracy naukowo-badawczej byłam świadkiem i uczestnikiem wielu zmian organizacyjnych i personalnych, które raczej nie ułatwiały zdobycia naukowej samodzielności. Losowy ubytek sprawił, że kadra zajmująca się kierunkiem studiów *ekonomika i organizacja przemysłu* została uszczuplona, zabrakło kierownika zakładu oraz zawieszono – na pewien okres – nabór studentów na ten kierunek. Nieco później nastąpiła likwidacja branżowych kierunków kształcenia na studiach ekonomicznych, co wymagało dużego wysiłku organizacyjnego i dydaktycznego w związku z utworzeniem na Wydziale Ekonomicznym UMCS nowego kierunku studiów: *zarządzanie i marketing*.

Znaczący wpływ na dalszy przebieg kariery naukowej i ukształtowanie moich zainteresowań naukowo-badawczych miały staże naukowe odbyte w Instytucie Handlu Wewnętrznego i Usług w Warszawie (tu otrzymałam propozycję podjęcia pracy) oraz Instytucie Handlu i Usług Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Określona w tym rolę odegrało również moje uczestnictwo w zespole naukowo-dyskusyjnym prowadzonym przez prof. dr. hab. Jerzego Kurnala w Zakładzie Teorii Organizacji na Wydziale Ekonomicznym UMCS w Lublinie. W tych gremiach do publicznej dyskusji i oceny przedstawiałam rozprawę habilitacyjną nt. *Strategie rozwoju usług bytowych w gospodarce narodowej* – na różnym etapie prac. Pomyślne zakończenie przewodu habilitacyjnego w kwietniu 1989 r. było początkiem mojej drogi jako samodzielnej pracownicy naukowej. Pełne jej zwieńczenie stanowił tytuł profesora nauk ekonomicznych uzyskany w 2007 r.





Główne nurty zainteresowań naukowo-badawczych

Moje zainteresowania naukowo-badawcze zmieniały się i rozwijały, ale widoczna jest w nich koncentracja na zagadnieniach funkcjonowania przedsiębiorstwa i rynku.

Pierwszy kierunek moich zainteresowań stanowiła problematyka ekonomiki oraz organizacji przedsiębiorstw przemysłowych, a w warstwie empirycznej dotyczyło to przedsiębiorstw przemysłu rolno-spożywczego. Skupiłam się na efektywności produkcji w przemyśle cukrowniczym, a wyniki mojej pracy zostały rozpowszechnione i wykorzystane dzięki publikacji monografii (*Efektywność produkcji sezonowej w przemyśle cukrowniczym*, Warszawa 1978) i kilku artykułów naukowych oraz popularnonaukowych. Przedmiotem badań i publikacji były teoretyczne i praktyczne zasady określania optymalnej długości kampanii cukrowniczej na podstawie krótkookresowego rachunku kosztów produkcji cukru, szacowania strat gospodarczych z tytułu przedłużania okresu przerobowego i wskazanie sposobów ich ograniczania.

Do tego nurtu zainteresowań i osiągnięć w działalności naukowo-badawczej zaliczam również swój udział – na zasadzie współwykonawstwa – w projekcie badawczym finansowanym przez KBN pt. *Restrukturyzacja produktowo-technologiczna oraz własnościowa przedsiębiorstw i jej wpływ na efektywność gospodarowania*. Jego celem była analiza uwarunkowań procesów restrukturyzacyjnych przedsiębiorstw przemysłowych, występujących barier i ograniczeń oraz czynników intensyfikacji tych procesów, a także ustalenie ich wpływu na wzrost efektywności gospodaro-

wania oraz umocnienie pozycji rynkowej tych podmiotów. W wyniku badań nad restrukturyzacją przedsiębiorstw przeprowadzonych w 1997 r. powstała książka (red. Cz. Skowronek), której jestem współautorką, a także inne publikacje autorskie, w tym na łamach „Gospodarki Narodowej” (1997, nr 9).

Problematyka badań rynku usług była dominującym obszarem mojej pracy naukowo-badawczej w latach 1978–1992. W okresie tym uczestniczyłam w realizacji czterech problemów badawczych dotyczących tej tematyki. W pierwszym z nich, pt. *Kierunki rozwoju bazy materialno-technicznej usług*, nowy wątek badań stanowiła metodologia – wraz z jej empiryczną weryfikacją – planowania rozwoju potencjału usługowego oraz prezentacja modelowych form organizacyjno-technicznych zakładów rzemieślniczych. Wyniki badań zawarto w obszernej pracy końcowej z badań (ss. 376) i monografii (*Baza materialno-techniczna usług*, Lublin 1984), napisanej pod moją redakcją i z decydującym udziałem autorskim.

Problematyka funkcjonowania rynku usług w Polsce była rozwijana w kolejnych tematach badawczych i publikacjach. Na ich podstawie powstała rozprawa habilitacyjna pt. *Strategie rozwoju usług bytowych w gospodarce narodowej* (Lublin 1988). Kolejna monografia (*Strategie rozwoju usług w latach dziewięćdziesiątych*, Warszawa 1991) i liczne artykuły naukowe opublikowane w czasopismach ogólnokrajowych, takich jak „Roczniki Instytutu Handlu Wewnętrznego i Usług”, „Wiadomości Statystyczne”, „Problemy Ekonomiczne”, „Przedsiębiorstwo i Rynek”, również dotyczyły tej sfery moich zainteresowań badawczych.

Znaczący dorobek naukowy tego okresu, wnoszący nowe elementy w rozwój ekonomiki usług, to: 1) opracowanie metod mierzenia i przewidywania popytu na różne rodzaje usług związane z indywidualną konsumpcją, 2) adaptacja metod statystycznych do badania zróżnicowania rozwoju rynku usług w ujęciu przestrzennym, 3) określenie zasad formułowania, wyboru i realizacji strategii rozwoju usług, 4) wyodrębnienie komplementarnych – ze względu na przedmiot działań strategicznych – rodzajów strategii rozwoju usług i projekcja uwarunkowań ich praktycznego wykorzystania.

Wyniki badań nad funkcjonowaniem rynku usług w Polsce znalazły zastosowania praktyczne. Opracowana przeze mnie metodyka badania popytu na usługi w regionie była wykorzystywana m.in. przez Ministerstwo Handlu Wewnętrznego i Usług oraz rozpowszechniona wśród przedsiębiorstw świadczących usługi.

Problematyka funkcjonowania przedsiębiorstw usługowych, w tym handlowych, pozostała przedmiotem moich naukowych zainteresowań. Dotyczyła ona głównie marketingowych aspektów ich działalności. Pionierski charakter w polskich uwarunkowaniach okresu zmian systemowych miały badania zespołowe (1998 r., Sobczyk, Furtak, Lipowski, Mąciak) nad jakością usług bankowych z wykorzystaniem narzędzia pomiaru o nazwie SERVQUAL, wykonane pod moim kierunkiem naukowym na reprezentatywnej grupie klientów banków. Ich wyniki przekazano kierownictwu zainteresowanych banków oraz opublikowano.

Obserwacja zmian w strukturze podmiotowej i własnościowej gospodarki po 1989 r. sprawiła, że zainteresowałam się przedsiębiorczością oraz rozwojem małych

i średnich przedsiębiorstw. W pierwszym okresie zrealizowane przeze mnie prace obejmowały w szczególności badanie przesłanek rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, struktury przedsiębiorstw zaliczanych do małego biznesu, wpływu otoczenia na powstawanie i działalność firm, a także ocenę ich sytuacji ekonomiczno-finansowej oraz rozpoznanie możliwości i głównych barier rozwoju. Wyniki badań empirycznych przeprowadzonych w województwie lubelskim metodą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych na reprezentatywnej grupie małych i średnich przedsiębiorstw zostały przedstawione w monografii (*Funkcjonowanie małych firm w warunkach zmian systemowych*, Lublin 1995), przygotowanej pod moją redakcją i przy znaczącym udziale autorskim. Były to jedne z pierwszych w Polsce badań regionalnych nad przedsiębiorczością oparte na informacjach pierwotnych, wskazujące na istotną rolę sektora MSP w pobudzaniu aktywności gospodarczej, różnorodne uwarunkowania i ograniczenia jego rozwoju.

W połowie lat 90. uczestniczyłam w badaniach koordynowanych przez Uniwersytet Łódzki w ramach Europejskiego Programu PHARE nt. *Przetrawianie i rozwój małych i średnich firm produkcyjnych w Polsce i państwach bałtyckich*. Byłam organizatorem i głównym wykonawcą 100 obszernych wywiadów kwestionariuszowych z menedżerami wylosowanych małych i średnich firm przemysłowych w południowo-wschodniej Polsce. Wyniki badania zostały przekazane organizatorowi badań (uniwersytet w Anglii), a jego realizacja – mimo zakazu publikowania – pozwoliła nawiązać interesujące kontakty między ośrodkami naukowymi w kraju i za granicą oraz była inspiracją do dalszych dociekań nad rozwojem przedsiębiorczości. Ekonomiczne i społeczne aspekty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w okresie transformacji ustrojowej w Polsce zostały zawarte w kilku artykułach i referatach naukowych, w tym prezentowanych za granicą (Maribor, Wiedeń).

Tematyka badawcza uwarunkowań konkurencyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw w okresie transformacji ustrojowej została poszerzona o warunki akcesji Polski z Unią Europejską i globalizacji gospodarki. Strategie i źródła konkurencyjności rynkowej małych i średnich przedsiębiorstw były podejmowane w kilku artykułach, a całościowe i pełne rozwinięcie wyników przeprowadzonych badań znalazło się w monografii (książce profesorskiej) pt. *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw* (Lublin 2006). Jej przewodnią ideą opiera się na analizie możliwości skutecznego konkurowania małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach silnej konkurencji na rynku. Wykorzystując istniejący już dorobek teoretyczny, wyniki własnych badań i przemyślane koncepcje rozwiązań, zaprezentowano tu m.in.

- przekroje strukturalne strategii konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw, które wskazują na możliwości wyboru między różnymi sposobami zachowania i działania na rynku w zależności od celów, metod i warunków ich osiągnięcia,
- uwarunkowania i źródła wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw, do których zaliczono warunki ekonomiczne, organizacyjne, techniczne, związane z wykorzystaniem kapitału ludzkiego, a także proces globalizacji oraz integracji europejskiej. Wyniki przeprowadzonych analiz i ocen mogły

stanowiąc rekomendację podjęcia niezbędnych działań przez podmioty tworzące infrastrukturę instytucjonalną analizowanego sektora przedsiębiorstw, wspomagające jego rozwój i konkurencyjność.

Ostatnim wyraźnie odrębnym nurtem moich zainteresowań i dorobku naukowego jest marketing w działalności przedsiębiorstwa i zachowania podmiotów na rynku – oferentów i konsumentów. Prowadziłam badania dotyczące m.in. jakości usług bankowych i czynników kształtujących satysfakcję klientów banku, zmian preferencji zakupowych konsumentów wobec nowych i zróżnicowanych form handlu detalicznego, a także zarządzania sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym. Rezultatem badań zespołowych oraz indywidualnych pracowników Katedry była monografia (*Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym*), napisana pod moją redakcją i wydana w PWE. Obecnie przedmiotem moich zainteresowań są konsumpcja gospodarstw domowych i zachowania konsumentów na rynku.

Za osiągnięcia naukowe dwukrotnie uzyskałam indywidualne nagrody III stopnia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego (za rozprawę doktorską i habilitacyjną), a także parokrotnie byłam nagradzana przez Rektora UMCS.

Załączona bibliografia obejmuje moje prace naukowe. Natomiast na całościowy dorobek składają się jeszcze opublikowane prace popularyzatorskie, komunikaty, wstępy do publikacji zbiorowych, recenzje itp. (36), a także opracowania niepublikowane w formie raportów, prac cząstkowych i końcowych z badań (8).

Do pozostałego dorobku naukowo-badawczego zaliczam:

- 1) udział w projektach badawczych,
- 2) redakcję naukową zwartych wydawnictw naukowych,
- 3) recenzje opracowań naukowych,
- 4) udział w konferencjach naukowych.

Byłam kierownikiem, autorem lub współwykonawcą siedmiu projektów badawczych. Ich efekt stanowiły liczne publikacje, a w projektach promotorskich – dwie rozprawy doktorskie pracowników Katedry. Doświadczenie w prowadzeniu zespołowych badań jest z powodzeniem wykorzystywane w badaniach statutowych.

Pod moją redakcją naukową zostało przygotowanych i opublikowanych ok. 30 prac zwartych. Są to monografie, podręczniki, periodyczne prace naukowe. Szczególnie ważne miejsce zajmują Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS, które ukazywały się w latach 1996–2006 – 11 numerów powstało pod moją redakcją naukową. Dawaly one możliwość – szczególnie młodszym pracownikom naukowym – systematycznego publikowania aktualnych wyników badań nad ekonomicznymi, organizacyjnymi oraz społecznymi uwarunkowaniami zmian systemowych polskiej gospodarki.

Po uzyskaniu stopnia doktora habilitowanego wykonałam liczne recenzje prac naukowych – były to recenzje wydawnicze książek, artykułów do czasopism i prac naukowych, wniosków o projekty badawcze i prac końcowych z wykonanych projektów. Recenzje te zlecały m.in. Wydawnictwo Naukowe PWN, PWE, „Handel Wewnętrzny”, Akademia Ekonomiczna (obecnie Uniwersytety Ekonomiczne) w Kato-

wicach, Poznaniu i Wrocławiu, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Uniwersytet Rzeszowski, Komitet Badań Naukowych przy Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Byłam recenzentem kilkunastu prac doktorskich i habilitacyjnych oraz wniosku o tytuł profesora.

Ponadto uczestniczyłam w wielu konferencjach, sympozjach i seminariach naukowych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym. W zdecydowanej większości był to udział czynny, połączony z prezentacją wyników badań, głosami w dyskusji, przewodnictwem sesji, uczestnictwem w radach programowych. Byłam inicjatorem organizacji kilku konferencji naukowych. Wymiana doświadczeń naukowo-badawczych miała miejsce także podczas odbytych staży naukowych i pobytów studialnych, w tym zagranicznych: Hochschule für Ökonomie Berlin (2 miesiące), Gesamthochschule Universität Kassel (miesiąc), Wirtschaftsuniversität Wien (2-krotnie, łącznie 3 tygodnie).

Kształcenie kadr, prace organizacyjne



Na zdjęciu katedralnym od prawej stoją: dr Marcin Lipowski, dr Robert Furtak, mgr Ilona Bondos, prof. dr hab. Genowefa Sobczyk, mgr Monika Nalewajek, mgr Aneta Celoch, dr hab. Radosław Mącik, dr Przemysław Łukasik.

Przejęcie 1 lutego 1990 r. obowiązków kierownika Zakładu Ekonomiki Przedsiębiorstwa i Marketingu, przekształconego później w Zakład, a następnie w Katedrę

Marketingu, oznaczało potrzebę dostosowania zadań dydaktycznych do zmienionych kierunków i specjalności kształcenia oraz pracy naukowo-badawczej służącej rozwojowi naukowemu i awansom pracowników. Za osobisty sukces uznaję stworzenie zespołu pracowników ambitnych, z pasją badawczą, solidnie wykonujących obowiązki dydaktyczne i naukowe. Miałam szczęście do zatrudnianych młodych osób – wspólnie przygotowaliśmy atrakcyjne dla kandydatów specjalności na dwustopniowych studiach na kierunku *zarządzanie*, a w działalności naukowo-badawczej zyskaliśmy uznanie w środowisku akademickim w kraju. W ostatnich latach pracownicy Katedry prezentują wyniki swoich badań także za granicą. Zawsze starałam się bowiem doceniać wpływ dyskusji naukowej i wymiany poglądów na postępy w pracy naukowo-badawczej, na co pozwalały prowadzone w Katedrze seminaria (doktoranckie i habilitacyjne), jak również kontakty pracowników z krajowym i zagranicznym środowiskiem naukowym w ramach konferencji i staży. W kwietniu 2014 r. habilitował się dr Radosław Maćk, co jest znaczącym osiągnięciem jego samego, ale także Katedry i Wydziału.

Katedra Marketingu była organizatorem dwóch ogólnopolskich konferencji naukowych: w 2006 r. w Nałęczowie i w 2008 r. w Kazimierzu Dolnym, oraz międzynarodowej konferencji, która odbyła się we Lwowie (2013 r.). Jako szczególne wyróżnienie odebraliśmy powierzenie nam przez środowisko katedr marketingu, handlu i konsumpcji organizacji ogólnopolskiego XXII Zjazdu Katedr w 2008 r., który zgromadził blisko 200 uczestników ze wszystkich ośrodków akademickich w kraju. Znaczącym i trudnym logistycznie, ale bardzo udanym przedsięwzięciem w ramach nawiązanej bezpośredniej współpracy z Katedrą Marketingu i Logistyki Politechniki Lwowskiej była wspólna konferencja naukowa nt. „Marketing w procesie internacjonalizacji rynku”, która odbyła się we wrześniu 2013 r. we Lwowie z udziałem naukowców z Polski i Ukrainy. Konferencje o tej tematyce będą odbywały się w cyklu 2-letnim, z rozszerzonym udziałem gości zagranicznych. Następną z nich jest przygotowywana na 2015 r. w Lublinie.

W swojej wieloletniej pracy dydaktycznej wypromowałam 660 magistrów i licencjatów (w tym czworo z zagranicy). Byłam promotorem 10 rozpraw doktorskich obronionych przez pracowników Katedry oraz doktorantów spoza Uniwersytetu. Kierowałam rocznymi stażami trzech osób z Białorusi i Ukrainy, odbywającymi w UMCS staże naukowe w Programie Stypendialnym im. Lane’a Kirklanda.

Wśród licznych funkcji i prac organizacyjnych pełniłam również stanowisko dyrektora Instytutu Zarządzania i Marketingu (1992–1997) oraz kierownika studiów doktoranckich (1998–2012), a także brałam udział w pracach Uniwersyteckiej Komisji Akredytacyjnej z siedzibą w Poznaniu (przez dwie kadencje), wydziałowej komisji ds. programów kształcenia, byłam członkiem komisji senackich uczelni (dyscyplinarnej doktorantów, etyki badań naukowych), konsultantem i recenzentem prac badawczych w ramach kooperacji z praktyką gospodarczą. Jestem członkiem Lubelskiego Towarzystwa Naukowego i Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu.

Zostałam odznaczona Złotym Krzyżem Zasługi, medalem Głównego Urzędu Statystycznego „Zasłużony dla Statystyki Polskiej”, Medalem Komisji Edukacji Narodowej.

Jubileusze pracy zawodowej zawsze prowokują do refleksji – czy można było więcej, lepiej zrobić? Pewnie tak, ale sądzę, że minionego czasu nie zmarnowałam, a osiągnięcia są wynikiem nie tylko otwartości na otaczającą rzeczywistość i refleksji nad tym, jak ją lepiej ukształtować, ale także zasługą środowiska twórczych i życzliwych ludzi, z którymi miałam szczęście współpracować. Bardzo dziękuję wszystkim tym z nich, którzy przyjęli zaproszenie do przygotowania publikacji artykułowych, wyrażając wdzięczność za wieloletnią, owocną współpracę.

*Genowefa Sobczyk
Lublin, wrzesień 2014*

Bibliografia prac prof. dr hab. Genowefy Sobczyk

List of publications

Monografie

1. *Efektywność produkcji sezonowej w przemyśle cukrowniczym*, Zjednoczenie Przemysłu Cukrowniczego, Warszawa 1978, ss. 147.
2. *Baza materialno-techniczna usług*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1984, ss. 181 (współautorzy: L. Skalecka, K. Wróblewski); 60% udziału autorskiego.
3. *Funkcjonowanie rynku usług w Polsce*, pod red. J. Olearnika, Prace Naukowe AE we Wrocławiu 1986, nr 355, seria: Monografie i opracowania nr 36, ss. 176; 14,2% udziału autorskiego.
4. *Ekonomiczno-organizacyjne problemy funkcjonowania przemysłu w warunkach reformy gospodarczej*, pod red. W. Holtzmana, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1988, ss. 225; 13,3% udziału autorskiego.
5. *Strategie rozwoju usług bytowych w gospodarce narodowej*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1988, ss. 251.
6. *Strategie rozwoju usług w latach dziewięćdziesiątych*, Monografie i Syntezy nr 67, Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, Warszawa 1991, ss. 134.
7. *Funkcjonowanie małych firm w warunkach zmian systemowych*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995, ss. 138; 39,1% udziału autorskiego.
8. *Restrukturyzacja przedsiębiorstw i jej wpływ na efektywność gospodarowania*, pod red. Cz. Skowronka, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1997, ss. 138; 24% udziału autorskiego.
9. *Entrepreneurship and Small Business Development in the 21st Century. Przedsiębiorczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw w XXI wieku*, ed. B. Piasecki, Łódź University Press, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, ss. 520; 4,23% udziału autorskiego.
10. *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, ss. 224.
11. *Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym*, pod red. G. Sobczyk, PWE, Warszawa 2010, ss. 272; 16,6% udziału autorskiego.

Artykuły naukowe

1. *Rynek zbożowy w województwie lubelskim*, Annales UMCS 1971, sectio H, vol. V, s. 239–257.
2. *Istota sezonowości produkcji*, Annales UMCS 1976, sectio H, vol. X, s. 169–182.
3. *Wykorzystanie środków trwałych w produkcji sezonowej (na podstawie przemysłu cukrowniczego)*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego, Nauki Ekonomiczne 1976, z. 24, seria III, s. 267–281.
4. *Ekonomiczne konsekwencje dysproporcji między rozwojem bazy surowcowej a zdolnościami produkcyjnymi w przemyśle cukrowniczym*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Łódzkiego, Nauki Ekonomiczne 1977, z. 8, seria III, s. 95–115.
5. *O zastosowaniu krótkookresowego rachunku kosztów produkcji w przemyśle cukrowniczym*, Zeszyty Teoretyczne Rady Naukowej Stowarzyszenia Księgowych w Polsce, Warszawa 1977, t. I, s. 79–87.
6. *Związki rolnictwa z przemysłem cukrowniczym*, „Wieś Współczesna” 1977, nr 1, s. 115–120.
7. *Czynniki określające zdolność usługodawczą przedsiębiorstwa usługowego*, [w:] *Ekonomiczno-organizacyjne problemy rozwoju usług*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Oddział w Lublinie, Lublin 1978, s. 120–132.
8. *Modernizacja bazy technicznej usług a zaspokojenie potrzeb społecznych (na przykładzie usług motoryzacyjnych)*, [w:] *Wpływ modernizacji środków pracy na wzrost gospodarczy*, cz. 2, Uniwersytet Łódzki, Instytut Ekonomiki Produkcji, Łódź 1978, s. 267–285 (współautor K. Wróblewski); 50% udziału autorskiego.
9. *O wyborze terminu rozpoczynania i kończenia kampanii cukrowniczej*, „Gazeta Cukrownicza” (miesięcznik) 1978, nr 1, s. 11–14.
10. *Problemy wykorzystania czasu pracy w sferze usług przemysłowych*, [w:] *Czas pracy jako czynnik wzrostu gospodarczego*, cz. 2, Uniwersytet Łódzki, Instytut Ekonomiki Produkcji, Łódź 1979, s. 1–20 (współautor K. Wróblewski); 50% udziału autorskiego.
11. *Syntetyczny miernik stopnia zaspokojenia potrzeb w zakresie usług*, „Roczniki IHWiU” 1979, z. 3(91), s. 162–175 (współautorstwo: M. Sobczyk); 50% udziału autorskiego.
12. *Terytorialne zróżnicowanie podaży usług bytowych dla ludności*, „Wiadomości Statystyczne” 1979 nr 3, s. 23–26 (współautor M. Sobczyk); 50% udziału autorskiego.
13. *Potencjał usługowy rzemiosła w regionie lubelskim*, Roczniki IHWiU 1980, z. 3(95), s. 83–96.
14. *Strategia działania przemysłu drobnego w zakresie poszukiwania nowych wyrobów i usług*, [w:] *Mechanizm ekonomiczny i kierunki rozwoju uspołecznionego przemysłu drobnego*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Oddział w Lublinie, Lublin 1980, s. 118–129 (współautor K. Wróblewski); 50% udziału autorskiego.
15. *Przestrzenne zróżnicowanie popytu na usługi bytowe*, „Wiadomości Statystyczne” 1981, nr 12, s. 25–28 (współautor M. Sobczyk); 50% udziału autorskiego.
16. *Kierunki i formy postępu techniczno-organizacyjnego w usługach*, Annales UMCS 1981/82, sectio H, vol. XV/XVI, s. 145–162.
17. *Sezonowość świadczenia usług*, „Wiadomości Statystyczne” 1982, nr 9, s. 22–23.
18. *Usługi bytowe w NRD*, „Przemysł Drobny i Usługi” 1982, nr 1–2, s. 13–14.
19. *Próba ustalenia rejonów popytu na usługi bytowe w Polsce*, Annales UMCS 1983, sectio H, vol. XVII, s. 155–173 (współautor: M. Sobczyk); 50% udziału autorskiego.
20. *Przedsiębiorstwo drobnej wytwórczości w założeniach i realizacji reformy gospodarczej*, [w:] *Model a praktyka reformy gospodarczej w Polsce*, Politechnika Lubelska, Prace Instytutu Organizacji i Zarządzania, seria C, nr 3, Lublin 1983, s. 77–89.
21. *Przemysł drobny i usługi w warunkach reformy gospodarczej*, „Problemy Ekonomiczne” 1983, nr 2, s. 111–122.
22. *Przesłanki rozwoju popytu na usługi bytowe*, [w:] *Usługi w teorii i praktyce gospodarczej. Referaty na konferencję naukową*, Ministerstwo Handlu Wewnętrznego i Usług, Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, Warszawa 1983, s. 1–19.
23. *Spożycie usług przez gospodarstwa domowe*, „Wiadomości Statystyczne” 1983, nr 9, s. 26–28.

24. *Strategies of Services Development in the Polish National Economy*, [w:] *New Polish Contributions on Equilibrium, Learning and Change in Economic Organizations Proceeding, From Lublin – Lund exchange seminar 1983*, ed. J. Kurnal, No 20 Department of Business Administrations University of Lund, 1983, Sweden, s. 27–30.
25. *Z problematyki funkcjonowania sfery usług w Niemieckiej Republice Demokratycznej*, Annales UMCS 1983, sectio H, vol. XVII, s. 53–68.
26. *Metodyka badania popytu na usługi w regionie*, „Przedsiębiorstwo i Rynek” 1984, z. 2 (4), s. 50–57.
27. *Rozwój popytu na usługi motoryzacyjne (próba analizy)*, „Motoryzacja” 1984, nr 6, s. 155–158.
28. *The living standard service market in Poland during economic depression and economic reforms*, [w:] *Paper from the Polish-Swedish seminar on Organization Theory and Management in Lublin, Poland, May 15–17, 1984*, Umea University, Sweden 1984, s. 60–66.
29. *Analiza bazy materialno-technicznej wybranych branż i przedsiębiorstw usługowych*, Annales UMCS 1985, sectio H, vol. XIX, s. 101–118 (współautor: K. Wróblewski); 50% udziału autorskiego.
30. *Przewidywane kierunki rozwoju popytu na usługi bytowe do 2000 roku*, [w:] *Konferencja naukowa: Modelowanie rynku i konsumpcji do roku 2000*, Instytut Rynku Wewnętrznego i Konsumpcji, Warszawa 1985, s. 1–20.
31. *Jakich usług będziemy potrzebować w 2000 roku?*, „Przedsiębiorstwo i Rynek” 1986, z. 2 (11), s. 47–60.
32. *Przewidywanie popytu na usługi naprawcze sprzętu gospodarstwa domowego*, „Wiadomości Statystyczne” 1986, nr 7, s. 16–19.
33. *Rozwój motoryzacji indywidualnej a zapotrzebowanie na usługi*, „Wiadomości Statystyczne” 1987, nr 3, s. 19–22.
34. *Rozwój usług bytowych w czterdziestoleciu PRL*, Annales UMCS 1987, sectio H, vol. XXI, s. 143–171.
35. *Orientacja rynkowa usług bytowych*, „Przedsiębiorstwo i Rynek” 1989, z. 2 (21), s. 25–32.
36. *Podstawy formułowania strategii rozwoju usług bytowych*, Annales UMCS 1989, sectio H, vol. XXIII, s. 305–328.
37. *Zmiany strukturalne podaży usług bytowych w latach osiemdziesiątych*, „Wiadomości Statystyczne” 1989, nr 4, s. 19–22.
38. *Ocena racjonalności działania przedsiębiorstw przemysłu drobnego*, [w:] *Kierunki racjonalizacji działalności gospodarczej przedsiębiorstw przemysłowych*, pod red. H. Bienioka, Prace Naukowe AE w Katowicach, Katowice 1990, s. 245–256.
39. *Przedsiębiorczość w świetle statystyki*, „Wiadomości Statystyczne” 1990, nr 8, s. 11–13.
40. *Jakość wyrobów przemysłowych a zapotrzebowanie na usługi naprawcze*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 1991, nr 6, s. 6–7.
41. *System finansowy i prawno-organizacyjny a rozwój nieuspołecznionej działalności usługowej*, Annales UMCS 1991, sectio H, vol. XXV, s. 221–236.
42. *Marketing małych firm*, [w:] *Bariery rozwoju gospodarki w warunkach zmian systemowych*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, s. 125–130.
43. *Możliwości i kierunki stosowania strategii marketingowej w usługach*, [w:] *Ekonomiczne i organizacyjne problemy transformacji gospodarki polskiej*, pod red. A. Pomorskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, s. 61–70.
44. *Problem komplementarności wyrobów przemysłowych i usług*, [w:] *Przemiany gospodarcze w przemyśle*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, s. 119–127.
45. *Przemiany rynku usług w Polsce (w okresie przechodzenia od gospodarki rynkowej)*, Studia i Materiały, vol. II, Instytut Ekonomii Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, s. 87–96.
46. *Rynek usług – rzeczywistość i przewidywania*, Rzeszowskie Zeszyty Naukowe Prawo – Ekonomia 1992, vol. XII, UMCS, Filia w Rzeszowie, s. 65–74.
47. *Rynek usług w ocenie konsumenta*, „Wiadomości Statystyczne” 1992, nr 5, s. 10–13.

48. *Dynamiczne metody oceny przedsięwzięć rozwojowych*, [w:] *Gospodarka w procesie przemian rynkowych*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1993, s. 129–138 (współautorstwo M. Sobczyk); 50% udziału autorskiego.
49. *Jakość usług jako instrument strategii marketingowej*, „Gospodarka Materialowa” 1993, nr 3, s. 51–53.
50. *Małe firmy na rynku*, [w:] *Rozwój przemysłu drobnego w warunkach gospodarki rynkowej*, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1993, s. 135–140.
51. *Orientacja rynkowa prywatnych przedsiębiorstw*, „Wiadomości Statystyczne” 1993, nr 6, s. 23–25.
52. *Die Marktorientierung der Kleinbetriebe in der Transformationsphase der polnischen Wirtschaft*, Newsletter Informationsdienst No 8, Ökonomie der Klein- und Mittelbetriebe, Wirtschaftsuniversität Wien, 1994, s. 119–122.
53. *Market Conditions of Small Business Development (on a ground of Lublin region)*. Paper presented at the Seminar “Regional Determinants of Small Business Development”, Univesity of Lodz, October 21–22, 1994, s. 1–9.
54. *Marketing Orientation of Small Firms During Polish Economy Transformation*, Annales UMCS 1994, sectio H, vol. XXVIII, s. 53–59.
55. *Orientacja rynkowa małych firm w warunkach konkurencyjnego rynku*, [w:] *Marketing. Polskie doświadczenia*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 1994, s. 25–28.
56. *Przedsiębiorczość w warunkach konkurencji*, [w:] *Procesy przystosowawcze w gospodarce do warunków rynkowych*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995, s. 135–145.
57. *Rynkowe uwarunkowania rozwoju małego biznesu (na podstawie województwa lubelskiego)*, [w:] *Uwarunkowania rozwoju sektora MSP w krajach centralnej i wschodniej Europy*, pod red. B. Piaseckiego, Z. Koniecznego, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1995, s. 29–39.
58. *Zachowania rynkowe małych firm w warunkach zmian systemowych*, [w:] *Rynek – ryzyko – sukces w działalności przemysłowej (Markt – Risiko – Erfolg in der Industriellen Tätigkeit)*, Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Politechnika Poznańska, Poznań 1995, s. 253–260.
59. *Projekcja uwarunkowań rozwoju usług w latach dziewięćdziesiątych*, Annales UMCS 1995/96, sectio H, vol. XXIX/XXX, s. 223–239.
60. *Marketingstrategie von Klein- und Mittelbetrieben in Polen*, „Nase Gospodarstvo” 1996, st. 4, Maribor 1996, s. 456–461.
61. *Marketingstrategie von Klein- und Mittelbetrieben in Polen*, [w:] *Theorie und Praxis der Unternehmensentwicklung mit besonderheiten der Klein- und Mittelbetriebe*, Internationales Wissenschaftliches Symposium „Management und Entwicklung-MER'96”, Slowenien 1996, s. 297–298.
62. *Sytuacja rozwojowa w małych firmach województwa lubelskiego*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1996, nr 1, pt. *Transformacja w zarządzaniu gospodarką*, pod red. G. Sobczyk, s. 195–202.
63. *Ekonomiczne aspekty restrukturyzacji własnościowej przedsiębiorstw państwowych w Polsce*, [w:] *Szanse i zagrożenia rozwoju restrukturyzowanych przedsiębiorstw w Europie Środkowej i Wschodniej*, pod red. Cz. Glinkowskiego, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1997, s. 25–35.
64. *Kierunki, zakres i uwarunkowania restrukturyzacji przedsiębiorstw*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1997, nr 3, pt. *Transformacja w zarządzaniu gospodarką*, pod red. G. Sobczyk, s. 7–17.
65. *Marketing w osiąganiu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw handlowych*, [w:] *Zarządzanie organizacjami gospodarczymi. Materiały z IV Międzynarodowej Konferencji Naukowej*, pod red. J. Lewandowskiego, Politechnika Łódzka, Wydział Organizacji i Zarządzania, Łódź 1997, s. 551–561 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
66. *Marketingpragmatik vom polnischen small business*, Annales UMCS 1997, sectio H, vol. XXXI, s. 215–224.
67. *Przebieg i efekty prywatyzacji polskich przedsiębiorstw*, „Gospodarka Narodowa” 1997, nr 9, s. 51–62.

68. *Uwarunkowania popytu gospodarstw domowych na usługi konserwacyjno-naprawcze, Ogólnopolska konferencja nt. Polskie gospodarstwa domowe w okresie transformacji*, SGGW, Warszawa 1997, s. 125–132.
69. *Zachowania rynkowe firm handlowych w warunkach konkurencji (część I)*, „Handel Wewnętrzny” 1997, nr 2, s. 19–25 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
70. *Zachowania rynkowe firm handlowych w warunkach konkurencji (część II)*, „Handel Wewnętrzny” 1997, nr 3, s. 25–31 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
71. *Analiza sytuacji rynkowej firm handlowych*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1998, nr 5, pt. *Transformacja gospodarstwa a problemy zarządzania*, pod red. G. Sobczyk, s. 69–85 (współautorstwo R. Mącik); 50% udziału autorskiego.
72. *Niepubliczny system kształcenia kadr i doskonalenia zawodowego na Lubelszczyźnie*, „Szkolenia Pracownicze” 1998, nr 10, s. 24–26.
73. *Percepcja jakości usług bankowych przez klientów*, [w:] *Marketing 2001*, vol. II, Uniwersytet Gdański, Sopot 1998, s. 577–588 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
74. *Rola instytucji szkoleniowych miasta Lublina w kształceniu kadr dla biznesu*, [w:] *Innowacja – edukacja – rozwój regionalny*, pod red. A. Kuklińskiego i K. Pawłowskiej, Wyższa Szkoła Biznesu – NLU w Nowym Sączu, Nowy Sącz 1998, s. 217–225.
75. *Spatial differentiation in demand for services in Poland*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1998, nr 5, pt. *Transformacja gospodarstwa a problemy zarządzania*, pod red. G. Sobczyk, s. 23–33.
76. *Strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] *Konsument. Przedsiębiorstwo. Przestrzeń*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1998, s. 424–436.
77. *Syntetyczny miernik w badaniach przestrzennego zróżnicowania popytu na usługi*, „Wiadomości Statystyczne” 1998, nr 6, s. 48–56.
78. *Zarządzanie marketingowe w małych i średnich firmach*, [w:] *Szanse i zagrożenia procesu transformacji gospodarki polskiej*, pod red. W. Grzybowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1998, s. 131–139.
79. *Jakość usług bankowych w ocenie klientów indywidualnych. Analiza porównawcza*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku” 1999, Seria I, nr 2 pt. *Działalność marketingowa w strategii zarządzania bankami*, s. 29–41 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
80. *Małe firmy na rynku pracy w Polsce*, „Polityka Społeczna” 1999, nr 1, s. 16–20.
81. *Próba aplikacji modelu luki jakości usług bankowych*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1999, nr 6, pt. *Transformacja gospodarstwa a problemy zarządzania*, pod red. G. Sobczyk, s. 91–105 (współautorzy: R. Furtak, M. Lipowski, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
82. *Uwarunkowania konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw na rynku europejskim*, [w:] *Zarządzanie organizacjami gospodarczymi w procesie jednoczenia się Europy*, cz. 2, pod red. J. Lewandowskiego, Politechnika Łódzka, Wydział Organizacji i Zarządzania, Łódź 1999, s. 637–642.
83. *Wpływ sektora małych i średnich przedsiębiorstw na aktywizację zatrudnienia w Polsce*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 1999, nr 6, pt. *Transformacja gospodarstwa a problemy zarządzania*, pod red. G. Sobczyk, s. 7–20.
84. *Wpływ sektora małych i średnich przedsiębiorstw na restrukturyzację gospodarki*, [w:] *Uwarunkowania konkurencyjności restrukturyzowanych przedsiębiorstw w Europie Środkowo-Wschodniej*, pod red. Cz. Glinkowskiego, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1999, s. 193–200.
85. *Analiza sytuacyjna polskiego sektora małych i średnich przedsiębiorstw*, *Annales UMCS* 2000, sectio H, vol. XXXIV, s. 269–279.
86. *Rozwój handlu detalicznego a zmiany zwyczajów zakupowych klientów (cz. I)*, „Handel Wewnętrzny” 2000, nr 4–5, s. 34–43 (współautorzy: M. Lipowski, P. Łukasik, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
87. *Rozwój handlu detalicznego a zmiany zwyczajów zakupowych klientów (cz. II)*, „Handel Wewnętrzny” 2000, nr 6, s. 36–41 (współautorzy: M. Lipowski, P. Łukasik, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.

88. *Standard obsługi klienta w banku*, „Finanse · Bankowość · Ubezpieczenia”, Zeszyt Naukowy Wyższej Szkoły Finansów i Bankowości w Radomiu” 2000, nr 2, pod red. A. Olejniczuk-Merty, s. 131–136.
89. *Strategie przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w procesie integracji z Unią Europejską*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2000, nr 7, pt. *Problemy zarządzania przedsiębiorstwem*, pod red. G. Sobczyk, s. 37–47.
90. *Zachowania nabywców wobec zmian w handlu artykułami częstego zakupu*, Prace Naukowe AE we Wrocławiu nr 852, Marketing. Przełom wieków, pod red. K. Mazurek-Lopacińskiej, A. Styś, vol. II, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 2000, s. 494–405 (współautorzy: M. Lipowski, P. Łukasik, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
91. *Zwyczaje zakupowe konsumentów artykułów żywnościowych*, [w:] *Konsument żywności i jego zachowania rynkowe*, pod red. K. Gutkowskiej i I. Ozimek, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2000, s. 443–453 (współautorzy: M. Lipowski, P. Łukasik, R. Mącik); 25% udziału autorskiego.
92. *Preferencje nabywców dóbr częstego zakupu*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2001, nr 8, pt. *Problemy zarządzania przedsiębiorstwem*, pod red. G. Sobczyk, s. 103–116 (współautor: M. Lipowski); 50% udziału autorskiego.
93. *Strategie konkurowania małych i średnich przedsiębiorstw w warunkach globalizacji*, [w:] *Wspólna Europa. Przedsiębiorstwo wobec globalizacji*, pod red. H. Brdulak i T. Gołębiowskiego, Szkoła Główna Handlowa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001, s. 98–107.
94. *Synergieeffekte in der Entwicklung von Klein- und Mittelbetrieben auf dem Arbeitsmarkt in Polen*, „MER Journal für Management und Entwicklung” (Slovenien), nr 3 (2001) 6–7, s. 111–114.
95. *Szansa i zagrożenia w procesie integracji małych i średnich przedsiębiorstw z Unią Europejską*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego 2001, zeszyt nr 14, *Procesy dostosowawcze polskich przedsiębiorstw do warunków funkcjonowania w Unii Europejskiej*, pod red. B. Nogalskiego i J. Rybickiego, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot 2001, s. 317–323.
96. *Tożsamość i wizerunek małej firmy na rynku*, „Finanse · Bankowość · Ubezpieczenia”, Zeszyt Naukowy Wyższej Szkoły Finansów i Bankowości w Radomiu 2001 nr 3, s. 57–64.
97. *Czynniki kształtujące poziom satysfakcji klientów banku*, [w:] *Konsumpcja i rynek w warunkach zmian systemowych*, pod red. Z. Kędzior i E. Kieźel, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 258–264 (współautor: M. Lipowski); 50% udziału autorskiego.
98. *Marketingowe strategie konkurencji małej firmy*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2002, nr 9, pt. *Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem*, pod red. G. Sobczyk, s. 11–20.
99. *Produkt jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw przetwórczych w agrobiznesie*, [w:] *Źródła przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw w agrobiznesie*, pod red. D. Niezgody, Akademia Rolnicza w Lublinie, Lublin 2003, s. 284–288.
100. *Sytuacja małych i średnich przedsiębiorstw w aspekcie integracji europejskiej*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2003, nr 10, pt. *Funkcjonowanie przedsiębiorstw w kontekście integracji europejskiej*, pod red. G. Sobczyk, s. 7–17.
101. *Źródła konkurencyjności rynkowej małych i średnich przedsiębiorstw*, Annales UMCS 2003, sectio H, vol. XXXVII, s. 257–266.
102. *Konkurencyjność przedsiębiorstwa sektora żywnościowego kształtowana w oparciu o produkt*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2004, nr 11, pt. *Marketing i zarządzanie*, pod red. G. Sobczyk, s. 19–26.
103. *Marketing bezpośredni jako nowa forma komunikacji rynkowej*, [w:] *Kontrowersje wokół marketingu w Polsce – tożsamość, etyka przyszłość*, pod red. L. Garbarskiego, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa 2004, s. 417–421.
104. *Rola Internetu w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, 2004, Acta Universitatis Lodzensis Folia Oeconomica 179, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, pod red. B. Gregora, t. 1, s. 429–437.

105. *Cena jako czynnik konkurencyjności małego i średniego przedsiębiorstwa*, [w:] *Nauki ekonomiczne wobec problemów współczesnej gospodarki*, pod red. J. Węclawskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2005, s. 195–204.
106. *Jakość usług w ocenie klientów bankowości internetowej*, [w:] *Rynkowe mechanizmy kształtowania jakości*, pod red. S. Makarskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2005, s. 405–412 (współautor M. Lipowski); 50% udziału autorskiego.
107. *Rola marketingu bezpośredniego w indywidualizacji zaspokajania potrzeb klientów*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2005, nr 12, pt. *Konsument i przedsiębiorstwo na rynku*, pod red. G. Sobczyk, s. 103–111.
108. *Wykorzystanie marketingu bezpośredniego w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie” 2005, nr 1, s. 78–88.
109. *Konkurencja a konkurencyjność i przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa*, „Handel Wewnętrzny” 2006 (październik), numer specjalny, s. 3–10.
110. *Powiązania rynkowe małych przedsiębiorstw handlu detalicznego jako czynnik ekspansji marketingu*, [w:] *Ekspansja czy regres marketingu?*, pod red. E. Duliniec, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006, s. 178–186 (współautor R. Mącik); 50% udziału autorskiego.
111. *Promocja jako instrument konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw*, „Prace Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu UMCS” 2006, nr 13, pt. *Zachowania podmiotów na rynku – konsekwencje ekonomiczne*, pod red. G. Sobczyk, s. 45–57.
112. *Rola franchisingu we wzmacnianiu pozycji rynkowej przedsiębiorstw handlowych*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie” 2006, nr 3, s. 84–95.
113. *Przestrzenne zróżnicowanie warunków życia w Polsce*, [w:] *Konsumpcja a rozwój gospodarczy*, red. A. Kusińska, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2007, s. 173–181.
114. *Marketing jako źródło konkurencyjności małych przedsiębiorstw handlowych*, [w:] *Współczesny marketing. Strategie*, red. G. Sobczyk, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 79–86.
115. *Skuteczność decyzji cenowych w przedsiębiorstwie usługowym*, „Handel Wewnętrzny” 2009, czerwiec, s. 140–146.
116. *Uwarunkowania skuteczności i efektywności komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa*, [w:] *Racjonalność absorpcji środków unijnych. Założenia a praktyka realizacji*, red. J. Szolno-Koguc, Innovatio Press Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie, Lublin 2009, s. 123–150.
117. *Dekoniunktura rynkowa a decyzje marketingowe firm*, [w:] *Marketing w realiach współczesnego rynku. Implikacje otoczenia rynkowego*, red. Sz. Figiel, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010, s. 386–394.
118. *Rola handlu jako ogniwa systemu marketingowego w rozwoju regionu*, [w:] *Marketing. Ujęcie terytorialne*, red. J. Koszałka, Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Gdańsk 2010, s. 93–110.
119. *Zmiany w strukturze handlu i ich wpływ na rozwój regionu (na przykładzie województwa lubelskiego)*, [w:] *Czynniki endogeniczne rozwoju Polski Wschodniej*, red. D.J. Błaszczuk, M. Stefański, Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie, Lublin 2010, s. 317–332.
120. *Zachowania rynkowe przedsiębiorstw w warunkach spowolnienia gospodarczego*, *Annales UMCS* 2011, vol. XLIV, sectio H, s. 171–184.
121. *Koniunktura konsumencka w warunkach dekonunktury gospodarczej i jej przejawy*, „Handel Wewnętrzny” 2012, wrzesień–październik, s. 33–42.
122. *Zmiany w konsumpcji gospodarstw domowych w warunkach osłabienia gospodarczego (na podstawie badań bezpośrednich)*, „Handel Wewnętrzny” 2012, maj–czerwiec, s. 301–310.
123. *Personal consumption in Poland in global crisis conditions*, „Logistika” 2013, nr 762, s. 193–198.
124. *Wpływ dekonunktury gospodarczej na konsumpcję gospodarstw domowych w regionie lubelskim (w świetle badań ankietowych)*, *Annales UMCS* 2013, vol. XLVII, 1, sectio H, s. 179–188.

125. *Zachowania konsumenckie w warunkach kryzysu (na przykładzie województwa lubelskiego)*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie” 2013, nr 1, pt. *Kierowanie rozwojem regionu*, s. 323–345.
126. *Wpływ ograniczeń popytowych na konsumpcję indywidualną (przykład rynku polskiego)*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 8, s. 1261–1267.

Podręczniki akademickie

1. *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa przemysłowego. Przykłady i zadania*, pod red. L. Siejaka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1978, ss. 239; 42% udziału autorskiego.
2. *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa przemysłowego. Materiały do ćwiczeń*, pod red. L. Siejaka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1979, ss. 199; 47% udziału autorskiego.
3. *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa przemysłowego*, pod red. L. Siejaka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1982, ss. 414; 30% udziału autorskiego.
4. *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa przemysłowego. Przykłady i zadania*, pod red. L. Siejaka, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Lublin 1983, ss. 260; 50% udziału autorskiego.
5. *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, ss. 213; 9,5% udziału autorskiego.
6. *Ekonomika przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1992, ss. 223; 26% udziału autorskiego.
7. *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, wyd. 2 poprawione, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1994, ss. 196; 9,5% udziału autorskiego.
8. *Ekonomika przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, wyd. 2 poprawione, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1994, ss. 213; 26% udziału autorskiego.
9. *Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, wyd. 3, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995, ss. 196; 9,5% udziału autorskiego.
10. *Ekonomika przedsiębiorstwa. Zbiór przykładów i zadań*, pod red. G. Sobczyk, wyd. 3, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1995, ss. 213; 26% udziału autorskiego.
11. *Ekonomika małych i średnich przedsiębiorstw*, pod red. G. Sobczyk, Difin, Warszawa 2004, ss. 268; 27,1% udziału autorskiego.
12. *Współczesny marketing. Skuteczna komunikacja i promocja*, pod red. D. Filar, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012, ss. 411; 25,3% udziału autorskiego.
13. *Marketing na rynku dóbr i usług*, Innovatio Press Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomii i Innowacji w Lublinie, Lublin 2013, ss. 150.