SPIS TREŚCI

Wstęp (*Maria Sławińska*) 7

Część I. GOSPODARKA. UWARUNKOWANIA ROZWOJU

Krzysztof Rosenkiewicz
Miejsce wartości dobra wspólnego w polskim planowaniu przestrzennym 11

Lucyna Drenda
Ekonomiczne uwarunkowania integracji w społeczeństwie informacyjnym 22

Yanina Sialitskaya
Przyczyny „przekleństwa bogactwa" – paradoksu rozwoju gospodarczego państw eksporterów surowców naturalnych 32

Radosław Murkowski
Potencjał życiowy ludności Polski według województw w latach 1991–2008 46

Marta Radoła
Zmiany umieralności a stan cywilny kobiet w wieku produkcyjnym w Polsce w latach 2002–2009 63

Anna Nowak
Problemy metodologiczne związane z badaniem budżetu czasu rodziny 74

Część II. FINANSE. RYZYKO

Łukasz Szewczyk
Rola Banku Szwecji w zarządzaniu kryzysem finansowym 85

Krzysztof D. Simon
Restrukturyzacja finansowa przedsiębiorstwa tracącego rynki zbytu 96

Łukasz Wachstiel
Metoda oceny ryzyka tworzenia wartości usług informatycznych 113

Jagoda Gola
Wpływ kryzysu finansowego na branżę VC/PE 122

Karolina Lahutta
Tworzenie warunków przyjaznej kontroli podatkowej 136

Piotr Szostak
Placówka bankowa – przeszłość czy przyszłość bankowości detalicznej? 151

Katarzyna Smędzik
Wokół podatku dochodowego wysokoproduktywnych gospodarstw rolnych (na przykładzie indywidualnych gospodarstw rolnych z powiatu gostyńskiego) 164

Część III. INNOWACJE. TECHNOLOGIE

Paweł Mielcarek
Innowacje a kształtowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa 177

Łukasz Karwacki
Kierunki rozwoju technologii semantycznych i ich wpływ na kształt obecnego internetu oraz rozwój społeczeństwa informacyjnego 189

Katarzyna Hełpa-Liszkowska
Kultura w procesie wdrażania regionalnych strategii innowacji 197

Piotr Łosowski
Usługi analityczne w biznesie i edukacji a środowiska zwirtualizowane 208

Adam Dymitrowski
Źródła tworzenia innowacji przez przedsiębiorstwa w procesie internacjonalizacji 224

Michał Przybył
Alians strategiczny i klaster jako formy współpracy przedsiębiorstw w świetle innowacji organizacyjnych 235

Agata Kurzawska, Krzysztof Dziedzic
Zawartość glutenu w kłączu pałki wodnej szerokolistnej (*Typha latifolia*) 246

Robert Borowiak
Lizozym z białka jaja kurzego naturalnym konserwantem żywności 255

Karolina Kursa
Analiza regresji jako narzędzie szacowania zawartości sacharozy w pszczelich miodach odmianowych 265

Dorota Nowicka, Aleksandra Hołderna-Odachowska
Biodegradacja modelowego niejonowego surfaktantu przez szczep bakteryjny *Sphingomonas paucimobilis* 272

Dorota Rodewald
Kosmetyki bez konserwantów? 281

Część IV. ZARZĄDZANIE. MARKETING

Magdalena Kendik
Relacje jako zasoby przedsiębiorstwa – sposoby budowania relacji partnerskich ... 293

Anna Lehmann-Beger
Analiza przesłanek likwidacji na przykładzie spółki europejskiej (SE) z siedzibą w Polsce 308

Błażej Dudkiewicz
Indeksy CSR jako miara biznesu społecznie odpowiedzialnego 320

Monika Bogdał
Komunikowanie rządowe (*government public relations*) w służbie polskiej energetyki jądrowej w latach 2005–2010 330

Marek Gnusowski
Zastosowanie koncepcji *customer care* w zarządzaniu kancelarią prawną 341
Marcin Lewicki
Czynniki kreujące wartość dla klienta w handlu elektronicznym 350
Krzysztof Żywanowski
Innowacje marketingowe na rynku B2B 359
Łukasz Sarniak
Rola marketingu w procesie IPO 373

WSTĘP

Niniejsza praca stanowi kolejny zeszyt naukowy w ramach serii Studia Doktorantów. Autorami zawartych w niej artykułów są doktoranci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych na wydziałach: Ekonomii, Gospodarki Międzynarodowej, Towaroznawstwa i Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, a także doktoranci z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Politechniki Poznańskiej, Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach.

Problematyka opracowania jest stosunkowo szeroka, co znajduje wyraz w tytule: „Gospodarka – Technologia – Zarządzanie". Przyjęcie szerokiego zakresu przedmiotowego pracy stworzyło szansę zamieszczenia w tej publikacji artykułów odnoszących się do bardzo wielu obszarów badawczych rozpraw doktorskich przygotowywanych przez doktorantów i ich zainteresowań naukowych.

W strukturze treści opracowania wyróżniono cztery bloki tematyczne. Pierwszy z nich, zatytułowany „Gospodarka. Uwarunkowania rozwoju", zawiera sześć artykułów. W trzech z nich przedstawiono bardzo interesujące zagadnienia związane z wybranymi aspektami makroekonomicznymi, takimi jak wartość dobra wspólnego w planowaniu przestrzennym, władza ekonomiczna jako rodzaj integracji społecznej w społeczeństwie informacyjnym oraz bariery rozwoju gospodarki państw eksporterów surowców naturalnych. Kolejne trzy artykuły poświęcone zostały problematyce uwarunkowań demograficznych rozwoju gospodarczego.

W części drugiej opracowania pt.: „Finanse. Ryzyko" ujęto siedem artykułów o dość zróżnicowanej problematyce odnoszącej się zarówno do różnych przejawów i skutków kryzysu finansowego, jak i metod oceny ryzyka i inwestowania w warunkach ryzyka systematycznego oraz rozwoju rynku kapitałowego.

Część trzecia pracy, zatytułowana „Innowacje. Technologie", obejmuje jedenaście artykułów. W pierwszym z nich dokonano interpretacji pojęcia innowacje w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. W kolejnym artykule przedstawiono kierunki rozwoju technologii semantycznych i wskazano na ich wpływ na rozwój społeczeństwa informacyjnego. Ponadto w tej części opracowania znajdują się bardzo interesujące artykuły na temat kultury w procesie wdrażania regionalnych strategii innowacji, rozwoju usług analitycznych w biznesie, a także źródeł tworzenia innowacji w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw oraz znaczenia aliansów strategicznych i klastrów w działalno-

ści współczesnych przedsiębiorstw. W artykułach odnoszących się do problematyki technologii rozpatrywano następujące zagadnienia: zawartość glutenu w kłączu pałki wodnej szerokolistnej; lizozym z białka jaja kurzego jako naturalny konserwant żywności; zastosowanie analizy regresji w szacowaniu zawartości sacharozy w pszczelich miodach; biodegradacja modelowego niejonowego surfaktanta przez szczep bakteryjny oraz kosmetyki bez konserwantów.

W ostatniej, czwartej części pracy pt.: „Zarządzanie. Marketing" ujęto osiem artykułów, w których przedstawiono interesujące i aktualne zagadnienia związane z jednej strony z zarządzaniem przedsiębiorstwem, a z drugiej – z działaniami marketingowymi różnych organizacji i tworzeniem wartości dla klienta.

Wyrażam nadzieję, że zamieszczone w tej publikacji opracowania doktorantów, mające charakter przyczynków naukowych, będą stanowiły podstawę do wymiany poglądów i dyskusji naukowej oraz będą inspirowały do poszukiwania nowych obszarów badawczych.

Maria Sławińska