

## Spis treści

<b>WSTĘP .....</b>	<b>5</b>
<b>CEL, ZAKRES I METODYKA .....</b>	<b>6</b>
<b>1. OBSZARY I DETERMINANTY KSZTAŁTOWANIA POZYCJI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW .....</b>	<b>9</b>
1.1. Konkurencja, jej istota i rodzaje .....	9
1.2. Uwarunkowania konkurencyjności .....	12
1.2.1. Rynkowe uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw .....	15
1.2.2. Pozarynkowe uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw .....	17
1.3. Źródła i instrumenty uzyskiwania przewagi konkurencyjnej .....	19
1.4. Rodzaje strategii konkurencji .....	25
1.5. Znaczenie typu sektora w kreowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw .....	28
1.6. Jakość jako element budowania pozycji przedsiębiorstw w otoczeniu konkurencyjnym .....	32
<b>2. JAKOŚĆ PRODUKTU W DECYZJACH NABYWCZYCH KONSUMENTÓW .....</b>	<b>36</b>
2.1. Rozwój problematyki jakości .....	36
2.2. Wielowymiarowa struktura definiowania pojęcia jakości .....	41
2.3. Wewnętrzne uwarunkowania zachowań rynkowych konsumentów .....	49
2.4. Zewnętrzne uwarunkowania zachowań rynkowych konsumentów .....	54
2.5. Rola marketingu w procesie postrzegania czynników kształtujących jakość produktu .....	57
<b>3. SYSTEMY ZARZĄDZANIA I GWARANCJI STANDARDÓW JAKOŚCI PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH .....</b>	<b>66</b>
3.1. Rodzaje i specyfika systemów zarządzania i zapewnienia jakości .....	69
3.1.1. Zasady Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP) .....	70
3.1.2. Zasady Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) w produkcji żywności .....	73
3.1.3. System Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli (HACCP) .....	75
3.1.4. System zarządzania jakością według normy ISO serii 9000 .....	78
3.1.5. System zarządzania jakością według normy serii ISO 22000 .....	81
3.2. Wybrane certyfikowane systemy wyróżniania jakości produktów żywnościowych .....	84
3.2.1. Dobra Praktyka Rolnicza (Good Agricultural Practices), (GAP) .....	84
3.2.2. System Ochrony Produktów Regionalnych i Tradycyjnych .....	85
3.2.3. Rolnictwo ekologiczne (Organic Farming) .....	91
3.2.4. Integrowana produkcja (IP) .....	93
3.2.5. System „Jakość – Tradycja” .....	94
3.2.6. System Jakości Wieprzowiny PQS (Pork Quality System) .....	95
3.2.7. System QMP (Quality Meat Program) .....	96

3.2.8. System Gwarantowanej Jakości Żywności (QAFP) .....	97
3.3. Krajowe programy promocji wysokojakościowej żywności .....	99
3.3.1. Program Poznaj Dobrą Żywność (PDŻ) .....	99
3.3.2. Znak „Produkt Polski” .....	100
3.3.3. Znak jakości „Polska Smakuje” .....	101
<b>4. JAKOŚĆ JAKO DETERMINANTA PODEJMOWANIA DECYZJI</b>	
<b>    NABYWCZYCH KONSUMENTÓW .....</b>	<b>102</b>
4.1. Identyfikacja czynników warunkujących wysoką jakość w opinii nabywców produktów mięsnych .....	105
4.2. Identyfikacja czynników warunkujących wysoką jakość w opinii nabywców produktów mleczarskich .....	108
<b>PODSUMOWANIE .....</b>	<b>115</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>118</b>
<b>Spis rysunków .....</b>	<b>127</b>