

Spis treści

Od autorów	9
------------------	---

ROZDZIAŁ 1

TEORETYCZNE ASPEKTY MARKETINGU PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH

(Paweł Bryła)	13
---------------------	----

1.1. Marketing strategiczny i przewaga konkurencyjna	13
1.2. Orientacje strategiczna i marketingowa	17
1.3. Integracja kanału rynku	20
1.4. Specyfika marketingu produktów żywnościowych	25

ROZDZIAŁ 2

ROZWÓJ EKSPORTU POLSKIEJ ŻYWNOŚCI PO AKCESJI DO UNII EUROPEJSKIEJ

(Paweł Bryła)	36
---------------------	----

2.1. Wybrane cechy Jednolitego Rynku Europejskiego	36
2.2. Uwarunkowania i konsekwencje internacjonalizacji przedsiębiorstw ...	40
2.3. Tendencje rozwojowe polskiego handlu zagranicznego	44
2.4. Spektakularny wzrost eksportu polskiej żywności	48

ROZDZIAŁ 3

KONKURENCYJNOŚĆ POLSKICH PRODUKTÓW ŻYWNOŚCIOWYCH NA JEDNOLITYM RYNKU EUROPEJSKIM

(Paweł Bryła)	61
---------------------	----

3.1. Badania konkurencyjności polskich przedsiębiorstw	61
--	----

3.2. Działania dostosowawcze i pozycja polskich przedsiębiorstw przemysłu spożywczego	66
3.3. Branża mleczarska	78
3.4. Branża mięsna	88
3.5. Branża owocowo-warzywna	95
3.6. Produkty regionalne	99

ROZDZIAŁ 4

ANALIZA WYNIKÓW BADANIA POLSKICH PRODUCENTÓW ŻYWNOŚCI

(Paweł Bryła)	103
4.1. Charakterystyka badanej próby przedsiębiorstw	103
4.2. Wpływ integracji europejskiej na kondycję badanych przedsiębiorstw	105
4.3. Orientacja proeksportowa badanych przedsiębiorstw	105
4.4. Determinanty przewagi konkurencyjnej badanych przedsiębiorstw	106
4.5. Strategiczne kierunki rozwoju badanych przedsiębiorstw	109
4.6. Bariery rozwoju badanych przedsiębiorstw	114
4.7. Zależności statystyczne między wybranymi cechami mierzalnymi	116

ROZDZIAŁ 5

STRATEGIE WIODĄCYCH PRODUCENTÓW ARTYKUŁÓW MLECZARSKICH NA RYNKU POLSKIM — STUDIA PRZYPADKÓW

(Tomasz Domański)	119
5.1. SM Mlekoop — strategia budowania silnej marki	119
5.2. SM Mlekovita — strategia „challengera”	126
5.3. Bakoma — od firmy rodzinnej do spółki giełdowej	132
5.4. Ekołukta Sp. z o.o. — strategia „ekologiczna”	142
5.5. Wyzwania strategiczne dla producentów artykułów mleczarskich	146

ROZDZIAŁ 6

STRATEGIE WIODĄCYCH PRODUCENTÓW MIĘSA I WĘDLIN NA RYNKU POLSKIM — STUDIA PRZYPADKÓW

(Tomasz Domański)	147
6.1. Wprowadzenie	147
6.2. Animex — strategia zarządzania portfelem znanych marek	149
6.3. Sokołów SA — strategia rozwoju z udziałem inwestorów zagranicznych	156