

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Rozdział 1. Podstawy agrobiznesu	7
1.1. Wprowadzenie do agrobiznesu	7
1.2. Polski agrobiznes	10
1.3. Ogniwa agrobiznesu i ich specyfika	14
1.3.1. Rynek środków produkcji dla rolnictwa	15
1.3.2. Rolnictwo	19
1.3.3. Przemysł spożywczy	28
Rozdział 2. Rynek żywności jako element rozwoju agrobiznesu	35
2.1. Zmiany w spożyciu żywności i jego racjonalizacja	36
2.2. Jakość żywności	46
2.3. Zmiany postaw konsumentów żywności	48
2.4. Podaż żywności	50
2.5. Prognozy spożycia żywności	51
Rozdział 3. Otoczenie agrobiznesu	53
3.1. Sfera regulacji stosunków rynkowych	54
3.2. Czynniki związane z konkurencją	59
3.3. Przesłanki interwencjonizmu państwowego i instytucje wspomagające rynek artykułów rolno-żywnościowych	63
Rozdział 4. Zorganizowane i niezorganizowane rynki rolne	77
4.1. Sprzedaż bezpośrednia i targowiskowa	78
4.2. Rynki hurtowe	80
4.3. Aukcje	86
4.4. Giełdy towarowe i domy składowe	88
4.5. Targi rolno-żywnościowe	93
4.6. Branżowe rynki rolne	94
Rozdział 5. Integracja w agrobiznesie. Wspólna Polityka Rolna UE	115
5.1. Istota integracji międzynarodowej	115
5.2. Międzynarodowe organizacje i ugrupowania regionalne	116
5.3. Wspólna Polityka Rolna UE	121
5.3.1. Skutki Wspólnej Polityki Rolnej	123
5.3.2. Ewolucja Wspólnej Polityki Rolnej	125
5.4. Integracja polskiego agrobiznesu z UE	129
5.5. Fundusze przedakcesyjne	135
5.6. Zintegrowany System Zarządzania i Kontroli	138

Rozdział 6.	Marketing w agrobiznesie	141
6.1.	Istota marketingu	141
6.2.	Pojęcie marketingu w agrobiznesie	151
6.3.	Marketing usług w agrobiznesie	153
Rozdział 7.	Strategie firm w agrobiznesie	163
7.1.	Strategie ogólne firm	165
7.2.	Strategie funkcjonalne	168
7.3.	Strategie instrumentalne	172
7.4.	Strategie konkurencyjne	176
7.5.	Strategie w sektorach skonsolidowanych i rozproszonych	182
Rozdział 8.	Specyfika strategii branżowych w agrobiznesie	185
8.1.	Marketing dostawców środków produkcji dla rolnictwa	186
8.2.	Marketing w rolnictwie i gospodarstwach rolnych	197
8.3.	Marketing w handlu produktami rolniczymi	203
8.4.	Marketing w przemyśle rolno-spożywczym	205
Rozdział 9.	Zarządzanie jakością w agrobiznesie	211
9.1.	Koncepcje zapewnienia i zarządzania jakością	211
9.2.	Regulacje prawne w zakresie jakości żywności w Polsce	229
9.3.	Normalizacja i certyfikacja żywności w Polsce	230
9.4.	System zapewnienia jakości żywności w Polsce	233
9.5.	Urzędowa kontrola żywności w UE	236
Rozdział 10.	Rolnictwo intensywne i rolnictwo ekologiczne	239
10.1.	Intensyfikacja rolnictwa i jej skutki	239
10.2.	Rolnictwo ekologiczne	244
10.3.	Możliwości nierolniczego wykorzystania surowców rolnych	247
10.4.	Marketing ekologiczny i rozwój gospodarstw ekologicznych w Polsce	250
Literatura		253
Spis tabel		261
Spis rysunków.		263
Aneks		265