

PRODUCENT ZDROWEJ ŻYWNOŚCI

Lekcja 1

Slajd 1

Certyfikacja produktów lokalnych, systemy ochrony i promocji żywności w systemie krajowym i europejskim

Identyfikacja produktu

Wytwarzanie, ochrona i promocja żywności wysokiej jakości odgrywają w państwach Unii Europejskiej znaczącą rolę. Jednym z podstawowych sposobów realizacji polityki jakości we Wspólnocie (ang. - Quality Policy) jest wyróżnianie znakami potwierdzającymi wysoką jakość wyrobów rolno-spożywczych pochodzących z konkretnych regionów, jak też charakteryzujących się tradycyjną metodą produkcji.

Slajd 2

System ochrony i promocji wyrobów regionalnych i tradycyjnych jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na zrównoważony rozwój obszarów wiejskich i realizację założeń II filaru Wspólnej Polityki Rolnej. Przyczynia się on do zróżnicowania zatrudnienia na obszarach wiejskich tworząc na wsi pozarolnicze źródła utrzymania oraz zwiększa dochody producentów rolnych.

Slajd 3

System ochrony i promocji produktów regionalnych i tradycyjnych zapobiega wyludnianiu się tych terenów, chroni się także dziedzictwo kulturowe wsi, co w dużym stopniu przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności terenów wiejskich i rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej.

Slajd 4

Realizowana w Unii Europejskiej polityka jakości daje także pewność konsumentom, że kupują oni żywność bardzo wysokiej jakości, która jednocześnie charakteryzuje się wyjątkową, tradycyjną metodą produkcji. Kupujący oczekują pełnych informacji na temat jakości i pochodzenia produktu rolnego lub artykułu spożywczego. Identyfikację i wybór poszczególnych wyrobów ułatwiają oznaczenia geograficzne, nazwy pochodzenia oraz świadectwa potwierdzające szczególnie charakter.

Slajd 5

Ochrona

Zarejestrowane nazwy podlegają bardzo szerokiej ochronie:

Zabrania się posługiwania chronioną nazwą (zarejestrowaną jako Chroniona Nazwa Pochodzenia lub Chronione Oznaczenie Geograficzne) nawet przy użyciu wyrażen "w stylu", "typu", "metodą", "imitacja". Zabronione są także wszelkie praktyki, które mogłyby wprowadzić konsumenta w błąd co do pochodzenia, nazwy, czy wyjątkowych cech produktu.

Slajd 6

Tylko produkty, których nazwy zostały zarejestrowane mają prawo używania symbolu Chronionej Nazwy Pochodzenia, Chronionego Oznaczenia Geograficznego lub Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności i mogą być opatrzone tymi znakami graficznymi. Znaki te nie tylko chronią producentów przed nieuczciwą konkurencją, ale zwiększają także wiarygodność produktów w oczach konsumentów.

Slajd 7

Promocja

Symbole Chronionej Nazwy Pochodzenia, Chronionego Oznaczenia Geograficznego i Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności są w Unii Europejskiej postrzegane jako gwarancja tradycji i jakości. Sondaże potwierdzają, że konsumenci europejscy kupując produkty opatrzone charakterystyczną unijną symboliką są skłonni zapłacić więcej niż za towary tej samej kategorii, ale bez specjalnego oznaczenia.

Slajd 8

Unijne regulacje i cele ich funkcjonowania

Zagadnienia związane z ochroną produktów regionalnych i wytwarzanych tradycyjnymi metodami określone są w prawie Unii Europejskiej w rozporządzeniu Rady (WE) nr 509/2006 z dnia 20 marca w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami oraz w rozporządzenia Rady (WE) nr 510/2006 z dnia 20 marca w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych.

Slajd 9

Oznakowanie produktów regionalnych i tradycyjnych



1. **Chroniona Nazwa Pochodzenia** oznacza nazwę produktu, pochodzącego z określonego regionu, miejsca lub kraju. Jakość lub cechy charakterystyczne tego produktu są wynikiem oddziaływania środowiska geograficznego, na które składają się zarówno czynniki naturalne, jak i ludzkie. Chroniona Nazwa Pochodzenia odnosi się do obszaru geograficznego, na którym odbywają się wszystkie etapy produkcji danego wyrobu.

Slajd 10



2. **Chronione Oznaczenie Geograficzne** oznacza nazwę produktu, pochodzącego z określonego regionu, miejsca lub kraju, którego jakość, renoma lub inne cechy charakterystyczne są wynikiem danego pochodzenia geograficznego. Chronione Oznaczenie Geograficzne odnosi się do obszaru geograficznego, na którym odbywa się co najmniej jeden z etapów produkcji danego wyrobu.

Slajd 11



3. **Gwarantowana Tradycyjna Specjalność** oznacza produkt, który posiada specyficzny charakter odróżniający go od podobnych produktów należących do tej samej kategorii oraz udokumentowaną co najmniej dwudziestopięcioletnią tradycję i historię jego wytwarzania. Nazwa produktu powinna być sama w sobie specyficzna albo odnosić się do specyficznych cech produktu.

Slajd 12

Przykładowa wizualizacja produktów zarejestrowanego na Liście produktów Tradycyjnych:
W dniu 28 grudnia 2005 roku został wpisany w kategorii Miody: **Lipiec białowieski** (woj. podlaskie).



Miód leśny z nektaru i pyłku kwiatów lip, produkowany na terenie Puszczy Białowieskiej, opisany w 1882 roku.

Slajd 13

W dniu 20 lipca 2005 roku został wpisany w kategorii Gotowe dania i potrawy: **Pierekaczewnik** (woj. podlaskie).



Pierekaczewnik jest tradycyjnym produktem tatarskim, który nazwę swą wywodzi z terenów dawnych kresów Rzeczypospolitej, które od dawna zamieszkiwali Tatarzy.

Slajd 14

Szynka parmeńska (*Prosciutto di Parma*) – rodzaj włoskiej, surowej, podsuszanej szynki wytwarzanej z całych udźców wieprzowych z kością tradycyjnymi metodami w specyficznym klimacie na terenie prowincji Parmy, w regionie Emilia-Romania. Charakteryzuje się niższą zawartością soli w porównaniu z innymi szynkami tego typu, co nadaje jej charakterystyczny łagodny, relatywnie słodki smak.



Slajd 15

Queijo de Nisa jest półtwardym owczym serem mlecznym z gminy Nisa, w podregionie Alto Alentejo w Portugalii. Powstaje z surowego mleka, które jest koagulowane, a następnie zsiadane za pomocą naparu z ostu. Jest żółtawo-biały, o mocnym smaku i nieco kwaśnym wykończeniu. Od 1996 r. Ser Nisa ma chroniony status geograficzny. Jest zarejestrowany i ma chronioną nazwę pochodzenia przez Komisję Europejską. Został uhonorowany przez magazyn Wine Spectator jako jeden ze 100 najlepszych na świecie w wydaniu poświęconym serowi.



Lekcja 2

Slajd 1

Zagadnienia bezpieczeństwa żywności, wprowadzenie do systemów jakości

Prawo żywnościowe – źródła przepisów

Aby żywność była bezpieczna dla zdrowia człowieka, musi spełniać odpowiednie wymagania, czyli od strony prawnej odpowiadać warunkom zdrowotnym określonym obowiązującymi przepisami. Jakość zdrowotna żywności zależy zarówno od jakości samych surowców, a także od dodatków używanych lub dodawanych do żywności celowo w trakcie produkcji lub przetwarzania oraz od znajdujących się w niej zanieczyszczeń.

Slajd 2

Spełnianie warunków zdrowotnych to część wymagań istotnych ze względu na bezpieczeństwo żywności. Ważne są również warunki, w jakich żywność jest przetwarzana, produkowana, magazynowana i sprzedawana. Czynności podejmowane na wszystkich etapach produkcji lub obrotu żywnością muszą być wykonywane w warunkach higienicznych, w taki sposób, aby nie spowodować jej pogorszenia, czyli zepsucia lub zatrucia.

Slajd 3

Od dnia 1 stycznia 2006r. we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej obowiązują nowe przepisy żywnościowe – tworzące tzw. „Pakiet Higiena” obejmujące 4 rozporządzenia, które ustanawiają zasady higieny środków spożywczych, a także zasady postępowania właściwych władz nadzorujących operatorów sektora spożywczego:

Slajd 4

Ponadto od dnia 1 maja 2004 r. we wszystkich krajach członkowskich stosuje się Rozporządzenia organów ustawodawczych UE z zakresu bezpieczeństwa żywności, z których najważniejsze to: Rozporządzenie (WE) nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustalające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, ustanawiające Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności (EFSA), oraz ustanawiające procedury w sprawie bezpieczeństwa żywności.

Slajd 5

Bezpieczeństwo żywności – obowiązki dla producentów wynikające z przepisów prawa

Producent żywności powinien szczególną uwagę zwrócić na wymagania higieniczno-sanitarne dotyczące zakładów, tj. budynków, pomieszczeń, instalacji, narzędzi, maszyn i urządzeń, jak też jakości wody przeznaczonej do celów spożywczych, gromadzenia i przechowywania odpadów z produkcji żywności oraz wymagania co do osób wykonujących prace przy produkcji i obrocie żywnością.

Slajd 6

Producent żywności jest zobowiązany zapewnić, aby personel zatrudniony przy produkcji lub w obrocie żywnością spełniał określone wymagania zdrowotne oraz posiadał odpowiednią wiedzę w zakresie przestrzegania zasad higieny.

Slajd 7

Podstawowym obowiązkiem producentów i dystrybutorów żywności jest wdrożenie w zakładzie skutecznie działających systemów kontroli wewnętrznej opartych o zasady Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP), Dobrej Praktyki Produkcyjnej (GMP) oraz zasady systemu HACCP (System Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontrolnych).

Slajd 8

Na przedsiębiorstwie sektora spożywczego, czyli producentach i dystrybutorach żywności spoczywa główna odpowiedzialność za zapewnienie bezpieczeństwa żywności. Producent nie może wykorzystywać do żywienia ludzi oraz do produkcji środków spożywczych, dozwolonych substancji dodatkowych i innych składników żywności, produktów pochodzących z roślin, ze zwierząt lub od zwierząt, które zawierają pozostałości zanieczyszczeń chemicznych, biologicznych, produktów leczniczych, a także skażeń promieniotwórczych w ilościach przekraczających najwyższe dopuszczalne poziomy.

Slajd 9

Obowiązkiem producenta środków spożywczych jest poznanie i stosowanie zasad prawidłowego znakowania wytwarzanych wyrobów. Wytwórca znakując swój wyrób nie może zamieszczać na opakowaniu informacji fałszywych wprowadzających konsumenta w błąd, natomiast musi podawać te informacje, które są istotne ze względu na zdrowie lub życie konsumenta.

Slajd 10

Dobra Praktyka Produkcyjna i Higieniczna

Dobra praktyka produkcyjna (ang. GMP - Good Manufacturing Practice) jest pojęciem bardzo szerokim i najogólniej można ją określić jako zbiór zasad, wynikających z doświadczenia, których przestrzeganie gwarantuje, że wyprodukowane wyroby spełnią ustalone wymagania jakościowe. Dobra praktyka produkcyjna to *"działania, które muszą być podjęte, i warunki, które muszą być spełniane, aby produkcja żywności odbywała się w sposób zapewniający jej właściwą jakość zdrowotną, zgodnie z przeznaczeniem"*.

Slajd 11

Z kolei dobra praktyka higieniczna (ang. GHP - Good Hygiene Practice) obejmuje *"działania, które muszą być podjęte, i warunki higieniczne, które muszą być spełniane na wszystkich etapach produkcji lub obrotu, aby zapewnić bezpieczeństwo żywności"*. Wynika z tego bardzo jasno, że dobra praktyka higieniczna (GHP) odnosi się do jednego z aspektów jakości zdrowotnej, a GMP do wszystkich jej elementów składowych.

Slajd 12

Zasady GMP/GHP są spisywane w formie kodeksów, które w odniesieniu do żywności są opracowywane i wydawane przez oficjalne instytucje rządowe, np. Food and Drug Administration (FDA) w USA, lub inne organizacje, jak np. Institute of Food Science and Technology w Wielkiej Brytanii. W większości krajów kodeksy GMP/GHP dotyczące żywności nie mają mocy prawnej, a przestrzeganie zawartych w nich zaleceń jest dobrowolne.

Slajd 13

Wymogi Dobrej Praktyki Higienicznej (GHP) określane są często Programami Stanowiącymi Warunki Wstępne. Rys. 1



Slajd 14

Oba te standardy (GMP i GHP) ze sobą współpracują. Dlatego najlepszym rozwiązaniem dla nowo powstających zakładów gastronomicznych lub zakładów już istniejących, które chcą funkcjonować i pracować w oparciu o wytyczne Dobrych Praktyk, jest równoczesne ich wdrożenie. W późniejszym okresie bardziej pracochłonny jest standard GHP ze względu na regularnie i systematycznie prowadzenie dokumentacji rejestrującej stan higieniczny zakładu i personelu.

Miejsce GHP/GMP w procesie działań na rzecz bezpieczeństwa żywności. Rys. 2



Slajd 15

Prowadzenie dokumentacji i zapisów w odniesieniu do Dobrej Praktyki Higienicznej.

Dobra Praktyka Higieniczna jest obowiązkowym narzędziem utrzymania czystości i porządku oraz samokontroli zakładu. W każdym zakładzie zasadne jest stworzenie Księgi Higieny (KH).

Przykładowe rozdziały zawarte w ogólnozakładowej KH:

1. Opis zakładu
2. Higiena personelu
3. Mycie
4. Dezynfekcja
5. Zabezpieczenie zakładu przed szkodnikami
6. Weryfikacja (dotyczy punktów 3, 4 i 5)
7. Specyfikacja środków
8. Specyfikacja urządzeń
9. Szkolenia GHP

Slajd 16

Zagrożenia

Z punktu widzenia systemów zarządzania jakością zagrożeniem nazywamy takie czynniki mikrobiologiczne, chemiczne i fizyczne, które mogą zagrażać zdrowiu lub życiu konsumenta, a ich obecność w produkcie może być wynikiem przedostania się ich do niego z surowca lub półproduktu.

Rodzaje zagrożeń:

a) zanieczyszczenia biologiczne

Zanieczyszczenia mikrobiologiczne mogą mieć swoją przyczynę w występowaniu bakterii, grzybów lub mikroorganizmów. Mogą one powodować infekcje, toksyko-infekcje lub intoksykacje.

Slajd 17

b) zanieczyszczenia chemiczne

Zagrożenia chemiczne to każda substancja nie dodana celowo do żywności, a której obecność jest wynikiem produkcji, hodowli zwierząt, medycyny weterynaryjnej, przetwarzania, przygotowywania, obróbki i pakowania, transportu, przechowywania lub zanieczyszczenia środowiska.

c) zanieczyszczenia fizyczne

Zagrożenia fizyczne mogą przedostawać się do żywności z surowca lub w trakcie produkcji – kiedy zasady GMP nie są przestrzegane z należytą dbałością.

Lekcja 3

Slajd 1

Zagadnienia bezpieczeństwa żywności, wprowadzenie do systemów jakości c.d.

System jakości - HACCP

Skrót **HACCP** pochodzi od określenia w języku angielskim (Hazard Analysis and Critical Control Points), które tłumaczy się jako Analiza Zagrożeń i Krytyczne Punkty Kontroli. Oznacza system organizacji działania w firmach mających do czynienia z żywnością, służący zapewnieniu bezpieczeństwa zdrowotnego tej żywności. System HACCP jest uznawany za najskuteczniejsze narzędzie pozwalające zagwarantować, że żywność nie ulegnie skażeniu lub zanieczyszczeniu i będzie bezpieczna dla konsumenta.

Slajd 2

Stosowanie systemu HACCP opiera się na przekonaniu, że potencjalne zagrożenia i nieprawidłowości w procesie zostaną zidentyfikowane przed lub podczas procesu wytwórczego, tak, żeby pomniejszyć ryzyko zagrożenia. System jest stosowany do eliminacji ryzyka związanego z zanieczyszczeniami żywności i powinien regulować parametry procesu produkcyjnego decydujące o bezpieczeństwie procesu żywnościowego. Dotyczy on całości procesu technologicznego – począwszy od uzyskania surowca poprzez jego przechowywanie, przetwórstwo aż do wyrobu gotowego. Opracowywany jest oddzielnie dla każdego produktu oraz jednej linii produkcyjnej.

Slajd 3

Wymienione powyżej zadania, czyli standardy Dobrych Praktyk – Higienicznej, Produkcyjnej, Cateringowej itd., stanowią program wstępny do wdrożenia i funkcjonowania systemu HACCP. Standardy te stanowią wytyczne do zapewnienia właściwych warunków pracy i produkcji.

Siedem zasad (etapów działania) w ramach systemu HACCP:

- Etap 1. Przeprowadzenie analizy zagrożeń
- Etap 2. Ustalenie krytycznych punktów kontrolnych
- Etap 3. Ustalenie optimów i limitów krytycznych dla każdego z punktów kontrolnych
- Etap 4. Ustalenie procedur monitorowania krytycznych punktów kontrolnych
- Etap 5. Ustalenie działań korygujących
- Etap 6. Ustalenie procedur weryfikacji systemu
- Etap 7. Ustalenie dokumentacji.

Slajd 4

Etap 1. Przeprowadzenie analizy zagrożeń

Polega na przeprowadzeniu analizy i zidentyfikowaniu potencjalnych zagrożeń związanych z produkcją żywności, od pozyskania surowca, poprzez przetwarzanie, aż do etapu konsumpcji oraz ocenie prawdopodobieństwa wystąpienia tych zagrożeń.

Podetapy:

- 1.1: Powołać zespół HACCP.
- 1.2: Opisać produkt.
- 1.3: Określić przeznaczenie produktu.
- 1.4: Sporządzić schemat technologiczny.
- 1.5: Praktycznie zweryfikować schemat technologiczny.
- 1.6: Sporządzić listę zagrożeń na każdym etapie i wykaz środków pomiaru.

Slajd 5

Etap 2. Ustalenie krytycznych punktów kontrolnych

Polega na ustaleniu na podstawie przeprowadzonej analizy zagrożeń krytycznych punktów kontrolnych – miejsc, etapów, zabiegów lub operacji jednostkowych, które należy objąć kontrolą w celu wyeliminowania, zapobieżenia lub zminimalizowania zagrożenia do poziomu bezpiecznego. Identyfikacja CCP odbywa się na zasadzie stawiania logicznego ciągu pytań i odpowiedzi dotyczących możliwości zlikwidowania lub zmniejszenia zagrożenia na rozważanym etapie produkcji.

Slajd 6

Etap 3. Ustalenie optimum i limitów krytycznych dla każdego z punktów kontrolnych

Polega na ustaleniu optimum, czyli idealnego parametru, który zapewni, że wyznaczone zagrożenie zostanie skutecznie ograniczone lub wyeliminowane na danym etapie. Dodatkowo należy wyznaczyć margines bezpieczeństwa, w granicach którego produkt będzie mógł być uznany za wolny od wyznaczonych zagrożeń.

Slajd 7

Etap 4. Ustalenie procedur monitorowania krytycznych punktów kontrolnych

Polega na ustaleniu systemów kontrolowania i monitorowania CCP, tak, aby można było na bieżąco kontrolować produkcję i zapobiegać powstawaniu wadliwych produktów. Obejmuje i określa: częstotliwość pomiaru lub obserwacji, wskazuje osobę odpowiedzialną, podaje sposób zapisywania i dokumentowania oraz przechowywania danych do czasu zużycia produktu. Należy dobrać odpowiednie procedury monitoringu, tak, aby można było stwierdzić utratę kontroli i odchylenie od limitu. Monitorowanie powinno być prowadzone w sposób ciągły, w innym wypadku powinna być ustalona częstotliwość pomiaru, niezbędna do zagwarantowania pełnej kontroli CCP.

Slajd 8

Etap 5. Ustalenie działań korygujących

Zgodnie z tą zasadą przewiduje się ustalenie dla każdego CCP właściwych działań korekcyjnych, które muszą być podjęte w momencie, kiedy monitoring wykaże odchylenie od limitów krytycznych, a to świadczy z kolei, że dane punkty CCP nie znajdują się pod kontrolą.

Slajd 9

Etap 6. Ustalenie procedur weryfikacji systemu

Polega na opracowaniu procedur weryfikacji służących potwierdzeniu czy system funkcjonuje w praktyce zgodnie z ustalonym planem HACCP, a także czy jest on skuteczny i efektywny w zapewnieniu odpowiedniego bezpieczeństwa zdrowotnego żywności. W tym celu mogą być zastosowane różnego rodzaju metody – audyt, testy, analizy itp.

Proces weryfikacji pozwala ocenić, czy: proces produkcji objęty systemem jest pod kontrolą, zidentyfikowane zagrożenia są eliminowane lub minimalizowane do bezpiecznego poziomu, wyrób nie stwarza zagrożenia dla życia lub zdrowia konsumenta, system CCP działa prawidłowo. Weryfikacja dotyczy: surowca, procesu produkcyjnego, maszyn i urządzeń produkcyjnych, programów mycia i dezynfekcji, opakowań, przechowywania lub dystrybucji.

Slajd 10

Etap 7. Ustalenie dokumentacji

Polega na opracowaniu sposobu prowadzenia, gromadzenia i przechowywania dokumentacji zawierającej wszystkie plany HACCP, procedury i zapisy odpowiednie dla wymienionych zasad i ich zastosowania. Gromadzona dokumentacja powinna być dostępna i udostępniana czynnikom urzędowej kontroli, jak również klientom – kontrahentom krajowym i zagranicznym.

Slajd 11

Audyutowanie i certyfikacja systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności

Audyt systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności

Audyty wewnętrzne systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności mają na celu ocenę działania wdrożonego systemu przez organizację, w której system funkcjonuje. Uzyskane wyniki z audytów pozwalających na jego usprawnienie.

Audyty zewnętrzne są przeprowadzane przez firmy zewnętrzne. Mogą one być przeprowadzane przez jednostki certyfikujące posiadające uprawnienia do nadawania certyfikatów potwierdzających zgodność wdrożonego systemu z daną normą, standardem lub wytycznymi. Ponadto audytów zewnętrznych mogą dokonywać klienci, na przykład dostawcy.

Slajd 12

Certyfikacja systemu HACCP

Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO) opublikowała 19 czerwca 2018 r. aktualizację międzynarodowej normy ISO 22000:2005 określającej wymagania wobec systemów zarządzania bezpieczeństwem żywności i obejmującej wszystkie organizacje łańcucha produkcji żywności – od upraw i hodowli przez produkcję po talerz (from farm to fork).

Norma ISO 22000:2018 jest nowym podejściem do zarządzania bezpieczeństwem żywności i pasz (oparty na zasadach HACCP) i została opracowana dla wszystkich organizacji uczestniczących w łańcuchu żywnościowym.

Slajd 13

Certyfikowany System HACCP pozwala na zwiększenie zaufania konsumentów do oferowanej żywności oraz na dostarczenie konsumentom dowodu na zdolność organizacji do identyfikowania i panowania nad zagrożeniami wpływającymi na bezpieczeństwo żywności, jak i nadzorowania warunków jej wytwarzania, które mogą mieć niekorzystny wpływ.

Priorytetowym zadaniem w walce konkurencyjnej jest zapewnienie na czas produktu bezpiecznego, o powtarzalnym i oczekiwanym poziomie jakości, przy możliwie niskich kosztach wytwarzania. Temu celowi służy zarządzanie jakością i bezpieczeństwem żywności w oparciu o wymagania międzynarodowych i/lub krajowych standardów, w tym certyfikacja zintegrowanego systemu w oparciu o normę ISO 22000.

Lekcja 4

Slajd 1

Definiowanie produktu i szacowanie rynku

Definiowanie produktu

Produkt w marketingu, to każdy obiekt rynkowej wymiany oraz wszystko co może być oferowane na rynku. Produktem może być dobro materialne, usługa, miejsce, organizacja bądź idea. Podstawową funkcją każdego produktu jest zaspokojenie potrzeby nabywcy.

Proces technologiczny – uporządkowany ilościowo i jakościowo zbiór czynności zmieniających własności fizyczne (kształt, wielkość), formę występowania lub własności chemiczne określonej substancji (materiału). Proces technologiczny razem z czynnościami pomocniczymi (przemieszczanie materiału) stanowią proces produkcyjny, w wyniku którego otrzymywany jest produkt.

Slajd 2

Koszt - wyrażone wartościowo zużycie: środków pracy, przedmiotów pracy, usług obcych, samej pracy.

Układ kalkulacyjny klasyfikuje koszty w tzw. pozycje kalkulacyjne niezbędne do obliczenia kosztu wytworzenia produktu.

Marka, inaczej znak fabryczny, znak firmowy (ang. brand, trade mark) — znak określający producenta: nazwa lub symbol graficzny umieszczany na wyrobach w celu ochrony przed naśladownictwem lub podrabianiem, podszywaniem się, przypisywaniem sobie autorstwa. Traktowana jest jako rodzaj świadectwa: producent nie wstydzi się swego wyrobu, „podpisując” go, gwarantuje jego jakość. Stąd „marka” jest synonimem opinii.

Slajd 3

Szacowanie rynku

Rynek (w ekonomii) - zespół mechanizmów umożliwiający kontakt producentów z konsumentami. Rynek to całokształt transakcji kupna i sprzedaży oraz warunków w jakich one przebiegają. Na rynku konkurencyjnym dokonuje się ustalenia ceny oraz ilości dóbr. To także określona zbiorowość podmiotów gospodarujących zainteresowanych dokonywaniem operacji kupna-sprzedaży określonych dóbr, wartości lub usług.

Część zbiorowości reprezentuje podaż (producenci) zaś część popyt (konsumenci). Przeciwwstawienie się popytu podaży w określonym miejscu oraz czasie prowadzi do ustalenia ceny wartości będącej przedmiotem obrotu – sprawia to iż dochodzą do skutku transakcje kupna sprzedaży.

Slajd 4

Grupa docelowa- (ang. target group) grupa do której skierowany jest komunikat, reklama, produkt. Szczególnie w reklamie ważne jest dobre określenie grupy docelowej. Tradycyjnym sposobem definiowania grupy docelowej jest wybór osób spełniających określone kryteria społeczno-demograficzne.

Slajd 5

Konkurencja - proces, w którym podmioty rynkowe współzawodniczą ze sobą w zawieraniu transakcji rynkowych poprzez przedstawianie korzystniejszej od innych podmiotów oferty rynkowej celem realizacji swoich interesów.

Konkurowanie może się odbywać w oparciu o wiele cech oferty rynkowej, takich jak cena, jakość, forma płatności i wiele innych.

Slajd 6

Marketing posiada wiele definicji naukowych. Jednak najprościej mówiąc marketing to działalność mająca na celu wynajdowanie, pobudzanie i zaspokajanie potrzeb podmiotów gospodarczych.

Działania marketingowe dzielone są na cztery podstawowe typy tzw. marketing mix. Są to: cena, produkt, dystrybucja i promocja.

Slajd 7

Cena - ilość pieniędzy, za przyjęcie którego sprzedający jest gotów zrzec się swoich praw do danego dobra, lub też kupujący jest gotów ją kupić, aby do tego dobra nabyć prawa.

Cena może dotyczyć m.in. towaru lub usługi. Według większości teorii ekonomicznych cena równa się wartości danego dobra.

Slajd 8

Dystrybucja - jeden z instrumentów marketing-miks. Poprzez dystrybucję w marketingu rozumie się działania zmierzające do zaoferowania produktu w pożądanym przez producenta sposób, w odpowiednim miejscu i czasie. Odpowiednia dystrybucja nie tylko trafia do właściwego klienta docelowego ale i może generować wartość dodaną produktu.

Slajd 9

Promocja jest to oddziaływanie na odbiorców produktów danej firmy, polegające na przekazaniu im informacji, które mają w odpowiednim stopniu zwiększyć wiedzę na temat produktów lub usług oraz samej firmy w celu stworzenia dla nich preferencji na rynku.

Promocja jest elementem komunikacji marketingowej. Instrumentami promocji w marketingu mix dla koncepcji 4P są: promocja sprzedaży, reklama, personel odpowiedzialny za sprzedaż, marketing bezpośredni, public relations.

Slajd 10

Prognoza sprzedaży, to oczekiwany poziom sprzedaży oferowanych produktów i usług zależny od wybranego planu marketingowego i uwzględnienia warunków otoczenia marketingowego, a głównie możliwego wpływu i siły konkurentów. Prognozowanie jest sztuką przewidywania zachowania się nabywców, przyszłego stanu rynku, relacji podaży i popytu oraz spodziewanej koniunktury gospodarczej na obszarach działania przedsiębiorstwa.

Do prognozowania w marketingu wykorzystywane są:

- ekstrapolacja trendów sprzedaży,
- analiza czynników kształtujących wielkość popytu i jego kształtowanie,
- analiza statystyczna i ekonometryczna,
- ankietowanie nabywców dla poznania ich zamiarów zakupu (badania rynkowe),
- metoda delficka i inne.

Lekcja 5

Slajd 1

Budowa planu inwestycyjnego

Opracowanie planu finansowego i ocena efektywności przedsięwzięcia

Inwestycja to nakład gospodarczy na tworzenie lub zwiększanie majątku trwałego. Wydatki przedsiębiorstw na dobra, które mogą być użyte do produkcji innych dóbr i usług. Jest to tzw. "efekt korzyści odroczonych w czasie". Inwestycje dzielimy na inwestycje w kapitał trwały oraz inwestycje w zapasy.

Slajd 2

Koszty zmienne są to nakłady przedsiębiorcy związane bezpośrednio z produkcją. Ich poziom zależy wprost od rozmiarów produkcji. Tak więc wynoszą zero gdy nic się nie produkuje, a rosną wraz ze zwiększaniem się rozmiarów produkcji.

Koszty stałe - nakłady, które musi ponosić przedsiębiorca, niezależnie od wielkości produkcji. Koszty stałe stanowią te koszty, które nie reagują na zmiany wielkości produkcji, ponieważ zależą na przykład od upływu czasu i bez względu na ilość wytworzonych w danym okresie produktów najczęściej pozostają na niezmiennym poziomie, na przykład: płace pracowników administracji i kierownictwa, energia ogrzewcza i oświetleniowa, utrzymanie czystości itp.

Slajd 3

Przychód – uzyskany lub należny wpływ wartości, korzyści materialnych w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Najczęściej przychodem jest łączna wartość sprzedaży dóbr, towarów i usług netto w okresie rozliczeniowym (dzień, miesiąc lub rok obrachunkowy).

Dochód jest to miara finansowa pożytków czerpanych z różnych źródeł. Dla celów podatkowych w przypadku osób fizycznych, co do zasady, dochodem ze źródła przychodów jest nadwyżka sumy przychodów z tego źródła nad kosztami ich uzyskania w roku podatkowym. Jeśli suma kosztów uzyskania przychodów danego źródła przekracza sumę osiągniętego z tego źródła przychodów występuje strata.

Slajd 4

Aktywa - kontrolowane przez jednostkę gospodarczą zasoby majątkowe o wiarygodnie określonej wartości, powstałe w wyniku przeszłych zdarzeń, które spowodują w przyszłości wpływ do jednostki korzyści ekonomicznych.

Pasywa - źródło pokrycia majątku przedsiębiorstwa.

Slajd 5

Bilans - jest to syntetyczne zestawienie sporządzone na określony dzień np. koniec okresu sprawozdawczego (obrachunkowego) ujmujące po jednej stronie majątek (aktywa), a po drugiej stronie kapitał (pasywa), czyli źródła finansowania majątku. Suma bilansowa po stronie aktywów jak i suma pasywów zawsze są równe.

Slajd 6

Zysk - jest to dodatni wynik finansowy przedsiębiorstwa lub określonej inwestycji albo pożyczki. Jego przeciwieństwem jest strata. Zysk jest wartością ekstensywną i nie określa bezpośrednio efektywności gospodarowania lub inwestowania. Wartością określającą efektywność gospodarowania i inwestowania jest rentowność.

Slajd 7

Strata - jest to ujemny wynik finansowy przedsiębiorstwa lub określonej inwestycji albo pożyczki. Jego przeciwieństwem jest zysk. Strata nie oznacza automatycznie, że przedsiębiorstwo jest nieefektywne. Często zdarza się, że intensywnie rozwijające się przedsiębiorstwo wykazuje przez jakiś czas stratę na skutek intensywnego inwestowania w środki produkcji. Z drugiej strony, przedsiębiorstwo które się kurczy może paradoksalnie wykazywać zysk, jeśli odpowiednio szybko pozbywa się środków obrotowych i innych swoich aktywów.

Trwałe przynoszenie strat skutkuje zwykle najpierw wzrostem zadłużenia, następnie utratą płynności finansowej i wreszcie ogłoszeniem bankructwa.

Slajd 8

Rachunek zysków i strat (ang. income statement) inaczej zwany rachunkiem wyników - informuje jaka jest efektywność poszczególnych rodzajów działalności oraz jaki jest ogólny wynik finansowy przedsiębiorstwa. Rachunek zysków i strat ukazuje zdolność firmy do generowania zysków i samofinansowania, prezentuje strumienie pieniężne.

Slajd 9

Majątek trwały - część aktywów firmy o przewidywanym okresie użytkowania dłuższym niż rok.

Amortyzacja służy przypisaniu ceny nabycia lub kosztu wytworzenia środka trwałego lub wartości niematerialnej i prawnej do całego okresu ekonomicznej użyteczności tych aktywów.

Suma odpisów amortyzacyjnych stanowi umorzenie. Amortyzacja jest kosztem niepieniężnym (to znaczy nie pociąga za sobą wydatków w bieżącym okresie). Jest także źródłem finansowania inwestycji restytucyjnych. Z pomocą amortyzacji nakłady na zakup czy wytworzenie środka trwałego są stopniowo zaliczane w koszty poszczególnych okresów, co pozwala zgromadzić fundusze na zakup nowych środków trwałych po całkowitym zamortyzowaniu starych.

Slajd 10

Dywidenda - część zysku netto przeznaczona do podziału pomiędzy udziałowców lub akcjonariuszy. Wysokość dywidendy wyliczana jest na podstawie rocznego wyniku finansowego spółki. O wysokości dywidendy i terminie jej wypłaty decyduje władza spółki.

Dywidenda może być wypłacana z: zysku netto, kapitału zapasowego lub niepodzielonych zysków z lat poprzednich. Dywidenda ma zwykle formę pieniężną, ale może być wypłacana także w formie akcji.