

# ZARZĄDZANIE PRZEZ JAKOŚĆ W HANDLU DETALICZNYM KONCEPCJA I ZASTOSOWANIE

**Autor:** [DOBSKI PAWEŁ](#)

Ze wstępu

W pracy przyjęta została hipoteza, że zarządzanie przez jakość wpływa na dostosowanie usługi handlowej do oczekiwań klientów na poziomie optymalizacji rynkowej i czasu transakcji wymiennych. Związane z uwarunkowaniami wdrażania koncepcji zarządzania przez jakość są następujące aspekty problemu badawczego:

- 1) zjawisko globalizacji i proces internacjonalizacji w handlu detalicznym wpływają na wzrost znaczenia standardów i systemów zapewnienia jakości w działalności przedsiębiorstw handlu detalicznego,
- 2) uwarunkowania prawne z zakresu ochrony praw konsumenta determinują proces wdrażania koncepcji TQM w przedsiębiorstwie handlu detalicznego,
- 3) istnieje związek pomiędzy oceną atrybutów jakości usługi handlowej a formatem sklepu,
- 4) cechy demograficzno-społeczne oraz ekonomiczne klientów determinują ocenę istotności atrybutów jakości usługi handlowej.

## Spis treści

**Wstęp** 5

### **1. Znaczenie zapewnienia jakości w przedsiębiorstwie**

- 1.1. Historyczne postrzeganie jakości 9
- 1.2. Istota i znaczenie jakości 15
  - 1.2.1. Interdyscyplinarny charakter jakości 15
  - 1.2.2. Wielowymiarowy charakter jakości 20
- 1.3. Ewolucja koncepcji zarządzania jakością 25
- 1.4. Istota koncepcji TQM 31

### **2. Konceptualizacja jakości w handlu detalicznym**

- 2.1. Teoretyczne podstawy wyodrębnienia handlu 48
- 2.2. Przedsiębiorstwo handlowe - istota i konwencje objaśniające 61
- 2.3. Koncepcja usługi handlowej 66
- 2.4. Jakość w produkcji i jej aplikacja do usług 80
- 2.5. Percepcja jakości usługi handlowej 86

### **3. Makrouwarunkowania wdrażania koncepcji zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwie handlu detalicznego**

- 3.1. Uwagi ogólne 97
- 3.2. Uwarunkowania społeczno-demograficzne 101
- 3.3. Uwarunkowania prawne determinujące wdrażanie zarządzania przez jakość.. 111
  - 3.3.1. Wymagania prawne dotyczące jakości obowiązujące na terenie Unii Europejskiej 113
  - 3.3.2. Jakość w świetle wymagań prawa polskiego 121
- 3.4. Wpływ procesu internacjonalizacji i zjawiska globalizacji na wdrażanie zarządzania przez jakość 130
- 3.5. Bariery wdrażania koncepcji zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwach.. 146

### **4. Percepcja jakości w handlu detalicznym w opinii klientów indywidualnych**

- 4.1. Cel i przedmiot badań 148
- 4.2. Metoda i technika obserwacji 153
- 4.3. Ocena materiału źródłowego 158
- 4.4. Charakterystyka badanej zbiorowości 163
- 4.5. Atrybuty determinujące jakość usługi przedsiębiorstwa handlu detalicznego z perspektywy klienta 166
- 4.6. Preferencje klientów indywidualnych dotyczące cech usługi handlowej 175

### **5. Zarządzanie przez jakość w przedsiębiorstwach handlu detalicznego w świetle badań empirycznych**

- 5.1. Przedmiot i założenia metodyczne badania 190
- 5.2. Charakterystyka badanej zbiorowości 193
- 5.3. Istota i rola jakości w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlu detalicznego 196
- 5.4. Praktyczne aspekty wdrożenia zarządzania przez jakość w przedsiębiorstwie handlu detalicznego 201
  - 5.4.1. Systemowe podejście do jakości według norm ISO 9000 oraz ISO 22000 201
  - 5.4.2. Systemy jakości w obrocie żywnością 211
  - 5.4.3. Nagrody jakości i metody samooceny diagnostycznej 217
- 5.5. Korzyści związane z wdrożeniem koncepcji zarządzania przez jakość 225

### **Zakończenie 238**

### **Załączniki 243**

### **Bibliografia 270**

### **Spis rysunków 285**

### **Spis wykresów 287**

### **Spis tabel 288**