

Spis treści

Wstęp	9
--------------------	----------

Tadeusz Buczkowski, Stanisław Marek

Rozdział 1

Teoretyczne i praktyczne podstawy

funkcjonowania przedsiębiorstw	11
---	-----------

Powstanie i uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw	11
---	----

Teoria przedsiębiorcy oraz jego funkcje	17
---	----

Charakterystyczne atrybuty przedsiębiorstwa	23
---	----

Podstawowe zasady działania przedsiębiorstwa	26
--	----

Zasada gospodarności	26
----------------------------	----

Zasada przedsiębiorczości	27
---------------------------------	----

Zasada rentowności	30
--------------------------	----

Zasada rachunku ekonomicznego	30
-------------------------------------	----

Misja i cele przedsiębiorstwa	31
-------------------------------------	----

Maria Białasiewicz, Tadeusz Buczkowski

Rozdział 2

Formy przedsiębiorstw oraz ich przekształcenia	39
---	-----------

Organizacyjno-prawne formy przedsiębiorstw	39
--	----

Kryteria wyboru formy organizacyjno-prawnej działalności przed- siębiorstw	46
---	----

Niektóre problemy restrukturyzacji przedsiębiorstw	48
--	----

Prywatyzacja jako element restrukturyzacji własnościowej przed- siębiorstw	54
---	----

Postępowanie naprawcze, układowe, upadłościowe i likwidacja jako elementy restrukturyzacji naprawczej	62
--	----

Joanna Brózda, Stanisław Marek

Rozdział 3

Otoczenie przedsiębiorstwa	69
---	-----------

Przedsiębiorstwo jako system otwarty na otoczenie	69
---	----

Ewolucja roli i miejsca otoczenia w teorii organizacji	71
--	----

Elementy otoczenia przedsiębiorstwa	75
Tradycyjna przestrzeń rynkowa	75
Otoczenie zewnętrzne przedsiębiorstwa	78
Otoczenie ogólne organizacji (makrootoczenie)	79
Internetowa przestrzeń rynkowa	82
Typy otoczenia	89
Analiza otoczenia przedsiębiorstwa	92
Analiza otoczenia wewnętrznego przedsiębiorstwa	95
Analiza otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa	98
Otoczenie przyszłości	101
Blizsza przyszłość przedsiębiorstw	101
Dalsza przyszłość przedsiębiorstw	103

Stanisław Marek

Rozdział 4

Stosunki przedsiębiorstwa z innymi podmiotami gospodarczymi	107
Ewolucja stosunków przedsiębiorstwa z innymi podmiotami	107
Stosunki przedsiębiorstwa z gospodarstwem domowym	109
Stosunki między przedsiębiorstwami	112
Stosunki przedsiębiorstwa z władzami krajowymi, międzynaro- dowymi i lokalnymi	121
Stosunki przedsiębiorstwa z instytucjami finansowymi (krajowymi i międzynarodowymi)	127
Stosunki przedsiębiorstwa z podmiotami demokracji gospodarczej	129

Dorota Kornacka

Rozdział 5

Przedsiębiorstwo na rynku globalnym	133
Istota i koncepcje procesu globalizacji	133
Korporacje globalne i ich rola we współczesnej gospodarce	138
Czynniki przyspieszające rozwój firm globalnych	144
Strategia globalizacji przedsiębiorstwa	145
Nowe relacje pomiędzy korporacjami a władzami krajowymi	149
Tendencje w kooperacji i koncentracji	152

Maria Białasiewicz, Barbara Czerniachowicz

Rozdział 6

Zarządzanie przedsiębiorstwem	165
Pojęcie i ewolucja zarządzania	165
Nowe tendencje w gospodarce i zarządzaniu	169

Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem	172
Istota i zasady strategicznego zarządzania	172
Koncepcja strategii	176
Proces zarządzania strategicznego	181
Analiza strategiczna	182
Wybór strategii	182
Wdrażanie strategii	190
Współczesne koncepcje i metody zarządzania przedsiębiorstwem	192
Zarządzanie przyszłości	208

Maria Białasiewicz

Rozdział 7

Organizowanie działalności przedsiębiorstwa	211
Ewolucja koncepcji organizacji	211
Struktura organizacyjna i czynniki ją determinujące	216
Kształtowanie struktury organizacyjnej – elementy i zasady	224
Projektowanie stanowisk pracy	224
Grupowanie stanowisk pracy	226
Hierarchia służbowa	229
Podział władzy	231
Koordynacja	232
Różnicowanie stanowisk	234
Proces zmian organizacyjnych a doskonalenie organizacji	235
Doskonalenie organizacji	240

Maria Białasiewicz, Joanna Brózda

Rozdział 8

Działalność marketingowa przedsiębiorstwa	245
Istota i ewolucja marketingu	245
Pojęcie marketingu	245
Marketing w ujęciu tradycyjnym	246
Marketing w ujęciu współczesnym	250
Badania marketingowe	255
Istota badań marketingowych	255
Źródła danych oraz metody zbierania informacji pierwotnej	256
Istota i kryteria segmentacji rynku	257
Marketing-mix „4P”	259
Koncepcja marketingu-mix „4P”	259
Produkt	260
Cykl życia produktu	261
Cena	263

Dystrybucja	265
Promocja	267
Marketing strategiczny i strategie marketingowe	271
Marketing strategiczny, taktyczny i operacyjny	271
Istota strategii marketingowej	272

Dorota Kornacka, Stanisław Marek

Rozdział 9

Zasoby i ich rola w przedsiębiorstwie	275
Tradycyjne ujęcie zasobów	275
Zasoby w ujęciu nowoczesnym	277
Charakterystyka zasobów	279
Zasoby naturalne	279
Zasoby ludzkie	282
Zasoby kapitałowe	287
Zasoby niematerialne (nienamacalne)	290
Patenty, prawa autorskie, tajemnice przedsiębiorstwa	293
Reputacja	294
Wiedza	296
Kultura	300
Informacja	305
Alokacja zasobów	309
Wyznaczniki lokalizacji współczesnych przedsiębiorstw	311

Władysław Janasz

Rozdział 10

Gospodarowanie majątkiem trwałym	313
Istota i funkcje kapitału trwałego	313
Kształtowanie struktury kapitału	319
Strategie kapitałowe przedsiębiorstwa	326
Zużycie środków trwałych	329
Produktywność środków trwałych	332
Badanie wykorzystania maszyn i urządzeń	336
Strategie obsługi eksploatacyjnej wyposażenia produkcyjnego	342
Efektywność inwestycji rzeczowych w procesie regulowania zasobów kapitału trwałego	346
Amortyzacja środków trwałych	353
Reprodukcja majątku trwałego	362

Joanna Brózda, Mirela Jurek

Rozdział 11

Gospodarowanie majątkiem obrotowym	369
Majątek trwały a majątek obrotowy	369
Zarządzanie zapasami	371
Optymalny rozmiar zakupu	372
Poziom odnowy zapasu	374
<i>Just in time</i>	374
Ocena efektywności gospodarowania zapasami	376
Zarządzanie należnościami	377
Polityka kredytowa przedsiębiorstwa	377
Ocena efektywności zarządzania należnościami	380
Zarządzanie środkami pieniężnymi	381
Zarządzanie gotówką	383
Finansowanie majątku obrotowego	385

Maria Białasiewicz, Barbara Czerniachowicz

Rozdział 12

Zarządzanie kapitałem ludzkim	387
Istota i ewolucja funkcji personalnej	387
Marketing kadrowy	391
Polityka personalna w zarządzaniu strategicznym	396
Modele polityki personalnej i ich związek ze strategią firmy	398
Elementy zarządzania kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie	399
Planowanie zatrudnienia	399
Fluktuacja zatrudnienia	407
Rekrutacja i selekcja kadr	410
System ocen pracowników	417
Kształcenie i rozwój zawodowy pracowników	420

Maria Białasiewicz, Tadeusz Buczkowski

Rozdział 13

System motywacyjny w przedsiębiorstwie	425
Potrzeby ludzkie, ich struktura i znaczenie	425
Rodzaje bodźców	428
Formy i funkcje wynagrodzeń	432
Formy płac	437
Wewnętrzne uwarunkowania efektywności wyceny płac	439
Elastyczne formy wynagrodzeń	445

Mirela Jurek

Rozdział 14

Wynik finansowy przedsiębiorstwa	447
Pomiar wyniku finansowego	447
Czynniki kształtujące wynik finansowy	455
Podatki i dotacje	462

Władysław Janasz

Rozdział 15

Metody i mierniki oceny działalności przedsiębiorstwa	469
Pojęcie oceny	469
Rodzaje oceny	471
Mierniki oceny – pojęcia i cechy podstawowe	472
Metody dokonywania ocen	475
Mierniki stosowane w ocenie działalności przedsiębiorstwa	478
Wskaźniki rentowności	486
Oceny zszyntetyzowane i prospektywne	490

Dorota Kornacka

Rozdział 16

Spoleczno-strategiczny wymiar sukcesu przedsiębiorstwa	493
Neoklasyczna teoria funkcji celu	493
Alternatywne teorie funkcji celu	496
Współczesne teorie celu przedsiębiorstwa	498
Koncepcja <i>shareholder value</i>	499
Koncepcja <i>stakeholders</i>	500
Spoleczno-strategiczny wymiar sukcesu przedsiębiorstwa	505

Bibliografia	513
---------------------------	------------

Spis rysunków	537
----------------------------	------------

Spis tabel	539
-------------------------	------------