

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Ogólne problemy zarządzania wartością przedsiębiorstwa	13
1.1. Geneza zarządzania wartością przedsiębiorstw	13
1.2. Istota wartości przedsiębiorstwa jako kategorii ekonomicznej	15
1.3. Teoretyczne podstawy zarządzania wartością przedsiębiorstwa i przesłanki jego wdrożenia	20
1.4. Koncepcja tworzenia wartości dla akcjonariuszy a koncepcja wartości dla wszystkich grup w otoczeniu przedsiębiorstwa	30
1.5. Entity Approach a Equity Approach	33
1.6. Cele, zadania i wymogi wyceny wartości przedsiębiorstwa	36
Rozdział 2	
Źródła informacji na potrzeby zarządzania wartością przedsiębiorstwa	40
2.1. Określenie zapotrzebowania na informacje	40
2.2. Źródła informacji pochodzące z otoczenia przedsiębiorstwa	41
2.3. Wewnętrzne źródła informacji i ich asymetria w analizach wewnętrznych oraz zewnętrznych	45
2.4. Value Reporting w likwidacji luki informacyjnej	51
2.5. Obowiązek publikacyjny w świetle aktów prawnych	57
2.6. Informacja wynikająca z badań bezpośrednich	63
Rozdział 3	
Mienniki monitorowania wartości przedsiębiorstwa	69
3.1. Konstrukcja mienników wartości przedsiębiorstwa i ich klasyfikacja	69
3.2. Mienniki monitorowania rynkowej wartości przedsiębiorstwa	72
3.3. Charakterystyka mienników monitorowania wewnętrznej wartości przedsiębiorstwa	80
3.4. Pomiar czynników niefinansowych na potrzeby monitorowania wartości przedsiębiorstwa	99

3.5. Problem doboru właściwych mierników monitorowania wartości przedsiębiorstwa	110
--	-----

Rozdział 4

Ogólne założenia konstrukcji modeli wykorzystywanych w badaniu determinant wartości przedsiębiorstwa	114
4.1. Model w badaniach ekonomicznych	114
4.2. Czynniki tworzące wartość przedsiębiorstwa	116
4.3. Operacjonalizacja zmiennych badawczych wykorzystywanych w identyfikacji determinant w sferze finansowej	124
4.4. Problem szacowania kosztu kapitału	129
4.5. Podejście deterministyczne a podejście stochastyczne w identyfikacji finansowych determinant	135
4.6. Metody deterministyczne w kwantyfikacji zależności przyczynowo-skutkowych	136
4.7. Założenia konstrukcji wybranych modeli wartości przedsiębiorstwa uwzględniających czynniki niefinansowe	137

Rozdział 5

Konstrukcja modeli deterministycznych i ich przydatność w identyfikacji i ocenie czynników tworzących wartość przedsiębiorstwa	143
5.1. Model rynkowej wartości przedsiębiorstwa	143
5.2. Możliwość uwzględnienia przepływów pieniężnych w modelu rynkowej wartości przedsiębiorstwa	154
5.3. Modele deterministyczne monitorowania wewnętrznej stopy zwrotu z kapitału własnego przedsiębiorstwa	158
5.4. Polityka dywidendowa przedsiębiorstwa	173

Rozdział 6

Stochastyczne modele w identyfikacji determinant wzrostu wartości przedsiębiorstwa	178
6.1. Wartość poznawcza podejścia stochastycznego	178
6.2. Metody wyboru zmiennych kształtujących zmiany wartości przedsiębiorstw	179
6.3. Uzasadnienie wyboru stosowanych metod	185
6.4. Wybrane komputerowe programy zawierające analizę regresji	186
6.5. Identyfikacja czynników determinujących wzrost wartości rynkowej spółek	188
6.6. Identyfikacja czynników determinujących wzrost wewnętrznej wartości spółek	191
6.7. Wnioski wynikające z zastosowania podejścia stochastycznego	200

Rozdział 7

Niefinansowe czynniki tworzenia wartości przedsiębiorstwa	202
7.1. Potrzeba rozszerzenia badania determinant wartości przedsiębiorstwa o czynniki niefinansowe	202
7.2. Założenia metodyczne identyfikacji niefinansowych determinant wartości przedsiębiorstw	203
7.3. Czynniki wzrostu wartości w sferze klientów i rynków zbytu	206
7.4. Identyfikacja czynników wzrostu wartości w sferze zatrudnienia i zarządzania przedsiębiorstwem	211
7.5. Determinanty wzrostu wartości w sferze dostawców i rynków zaopatrzenia	215
7.6. Czynniki wzrostu wartości w sferze procesów i innowacji	218
7.7. Podstawowe czynniki niefinansowe tworzenia wartości przedsiębiorstw	223
 Bibliografia	 227