

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
1. Podstawy metodyczne ekonomiki przedsiębiorstwa handlowego.....	7
1.1. Przedsiębiorstwo jako przedmiot badań	7
1.2. Ekonomika przedsiębiorstwa handlowego jako ekonomika szczegółowa	12
1.3. Podejścia badawcze w ekonomice przedsiębiorstwa handlowego	13
2. Przedsiębiorstwo handlowe – istota i funkcjonowanie w gospodarce	16
2.1. Przedsiębiorstwo jako kategoria ekonomiczna.....	16
2.2. Pojęcie i cechy przedsiębiorstwa handlowego.....	21
2.3. Funkcje przedsiębiorstw handlowych.....	25
2.4. Przedsiębiorstwo handlowe a otoczenie	30
3. Typologia przedsiębiorstw handlowych	35
3.1. Kryteria klasyfikacji przedsiębiorstw handlowych	35
3.2. Rodzaje jednostek handlowych	47
4. Istota procesu zarządzania przedsiębiorstwem handlowym	58
4.1. Pojęcie i interpretacja zarządzania.....	58
4.2. Zarządzanie strategiczne i operacyjne przedsiębiorstwem handlowym	62
4.3. Problemy decyzyjne w przedsiębiorstwie handlowym.....	66
4.4. Formułowanie celów w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym	71
5. Zarządzanie zasobami w przedsiębiorstwie handlowym	76
5.1. Czynniki wytwórcze i zasady ich łączenia	76
5.2. Zarządzanie zasobami ludzkimi	80
5.2.1. Elementy polityki zatrudnienia w przedsiębiorstwie handlowym	80
5.2.2. Planowanie zatrudnienia	83
5.2.3. Warunki pracy i system ocen pracowników	86
5.2.4. System wynagrodzeń pracowników	91
5.3. Towary jako przedmiot obrotu	94
5.4. Zarządzanie bazą materialno-techniczną	95
5.4.1. Obiekty handlowe i ich wyposażenie	95
5.4.2. Lokalizacja jako problem decyzyjny	98
5.4.3. Mierniki oceny wykorzystania obiektów handlowych	102

6. Asortyment jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstwa handlowego	104
6.1. Znaczenie asortymentu w działalności przedsiębiorstw handlowych	104
6.2. Pojęcie i cele polityki asortymentowej	109
6.3. Strategiczne planowanie asortymentu	117
6.4. Zarządzanie kategorią (<i>category management</i>)	122
7. Zakup towarów – ujęcie procesowe	125
7.1. Istota procesu zakupu w przedsiębiorstwie handlowym	125
7.2. Fazy procesu zakupu	127
7.3. Organizacja zakupu i trendy w zarządzaniu zakupem	131
8. Zarządzanie zapasami towarów w przedsiębiorstwie handlowym	136
8.1. Istota i rodzaje zapasów	136
8.2. Czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów	139
8.3. Rachunek ekonomiczny w zarządzaniu zapasami	141
8.4. Strategie zarządzania zapasami	144
9. Zarządzanie sprzedażą – podejście marketingowe	147
9.1. Główne problemy decyzyjne w zarządzaniu sprzedażą	147
9.2. Kształtowanie cen i marż	153
9.3. Strategie sprzedaży	161
9.4. Wyzwania strategiczne w procesie zarządzania sprzedażą	163
10. Analiza ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstwa handlowego.....	166
10.1. Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie handlowym	166
10.1.1. Formy finansowania i struktura kapitału	167
10.1.2. Kredyt kupiecki jako źródło finansowania	170
10.2. Metody oceny sytuacji ekonomiczno-finansowej	172
10.3. Analiza porównawcza sklepów jako instrument controllingu.....	178
Zakończenie	183
Bibliografia.....	184