

# Spis treści

Wstęp .....	9
<b>1. Przedsiębiorstwo jako autonomiczny podmiot w systemie gospodarczym</b>	
— <b>podstawy wiedzy o przedsiębiorstwie</b> .....	13
1.1. Pojęcie przedsiębiorstwa .....	13
1.2. Podstawowa klasyfikacja przedsiębiorstw .....	17
1.2.1. Podział według kryterium własności .....	17
1.2.2. Podział według kryterium formy organizacyjno-prawnej .....	20
1.2.3. Podział według kryterium wielkości .....	26
1.2.4. Podział według kryterium związku kapitałowego z innym przedsiębiorstwem, prawa głosu lub prawa do decydowania .....	27
1.2.5. Podział według kryterium charakteru (rodzaju) działalności .....	28
1.2.6. Podział według kryterium terytorialnego rozczłonkowania .....	28
1.2.7. Przedsiębiorstwa przyszłości .....	29
1.3. Cele i zasady działalności przedsiębiorstwa .....	29
1.3.1. Cele podstawowe i cele cząstkowe przedsiębiorstwa .....	29
1.3.2. Zasady działania przedsiębiorstwa .....	35
1.4. Zasoby przedsiębiorstwa .....	38
1.4.1. Zasoby kapitału ludzkiego .....	40
1.4.2. Majątkowe składniki przedsiębiorstwa .....	41
1.4.3. Wartości niematerialne i prawne .....	43
<b>2. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa</b> .....	47
2.1. Istota, funkcjonowanie, zakres i systematyka procesów funkcjonowania przedsiębiorstwa .....	47
2.2. Otoczenie przedsiębiorstwa .....	50
2.3. Strategia przedsiębiorstwa i metody analizy strategicznej .....	69
2.3.1. Strategia przedsiębiorstwa .....	69
2.3.2. Metody analizy strategicznej .....	81
2.4. Koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem .....	91
2.5. System ekonomiczno-finansowy przedsiębiorstwa .....	105
2.6. System podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie i uwarunkowania procesu podejmowania decyzji .....	110
2.7. Planowanie jako ważne narzędzie zarządzania przedsiębiorstwem .....	118
2.7.1. Zasady, którymi należy kierować się w planowaniu .....	121
2.7.2. Organizacja i przebieg procesu planowania .....	122

2.7.3.	Rodzaje planów .....	125
2.7.4.	Plan strategiczny — pojęcie i istota .....	126
2.7.5.	Plan operacyjny .....	130
2.8.	Struktura organizacyjna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem .....	135
2.9.	System motywacyjny w procesie zarządzania przedsiębiorstwem .....	142
2.10.	Kontrola w procesie zarządzania przedsiębiorstwem .....	146
<b>3.</b>	<b>Ekonomika przedsiębiorstwa .....</b>	<b>155</b>
3.1.	Istota, zakres i systematyka tematyczna ekonomiki przedsiębiorstwa .....	155
3.2.	Sprawozdanie finansowe jako podstawowe źródło informacji ekonomicznej o przedsiębiorstwie .....	158
3.3.	Przychody przedsiębiorstwa i czynniki kształtujące poziom przychodów .....	162
3.4.	Koszty działalności przedsiębiorstwa .....	165
3.4.1.	Pojęcie wydatku, nakładu i kosztu .....	165
3.4.2.	Klasyfikacja kosztów przedsiębiorstwa .....	167
3.5.	Wynik operacyjny i wynik finansowy przedsiębiorstwa .....	192
3.6.	Podstawowe mierniki oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa .....	195
3.6.1.	Analiza wstępna .....	198
3.6.2.	Analiza wskaźnikowa .....	200
3.6.3.	Model Du Ponta jako instrument syntetycznej oceny sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa .....	217
3.7.	Ekonomiczna wartość dodana <i>EVA</i> i rynkowa wartość dodana <i>MVA</i> .....	221
<b>4.</b>	<b>Działania podejmowane przez przedsiębiorstwo w obszarze zarządzania .....</b>	<b>229</b>
4.1.	Kryzys wyzwaniem dla przedsiębiorstw .....	229
4.2.	Wykorzystanie kompetencji menedżerów i pracowników .....	240
4.3.	Wykorzystanie analizy PEST, SWOT/TOWS i <i>due diligence</i> w budowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa .....	249
4.4.	Bieżąca kontrola płynności finansowej .....	255
4.5.	Wykorzystanie Internetu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem .....	262
4.6.	Podejmowanie racjonalnych decyzji w przedsiębiorstwie .....	269
4.7.	Efektywne zarządzanie kapitałem własnym i obcym — dźwignia finansowa ..	282
4.8.	Restrukturyzacja i dywersyfikacja — działania zorientowane na nowoczesność i budowanie pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa .....	292
4.9.	Wdrażanie innowacji technologicznych i nietechnologicznych .....	304
4.10.	Koncentrowanie się na wartościach niematerialnych .....	309
4.11.	Logistyka w kształtowaniu efektywnego gospodarowania zasobami przedsiębiorstwa i umacnianiu jego pozycji konkurencyjnej .....	314
<b>5.</b>	<b>Działania sprzyjające umacnianiu relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem ..</b>	<b>319</b>
5.1.	Racjonalne wykorzystanie marketingu w przedsiębiorstwie w budowaniu jego zdolności konkurencyjnej .....	319
5.1.1.	Wpływ marketingu na działalność współczesnego przedsiębiorstwa ..	319
5.1.2.	Zależności między marketingiem a konkurencyjnością przedsiębiorstwa	323
5.1.3.	Budowanie lojalności klienta w ujęciu celów marketingowych przedsiębiorstwa .....	325
5.1.4.	Zrównoważony marketing jako kierunek rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa .....	327
5.2.	Współpraca i budowanie relacji z innymi podmiotami, pozioma integracja zamiast pionowej .....	329

---

5.3. Zmiany w zakresie organizacji produkcji .....	332
5.4. Wykorzystanie funkcji zakupowej w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa .....	335
5.4.1. Czynniki wpływające na wzrost znaczenia funkcji zakupowej .....	336
5.4.2. Znaczenie a poziom rozwoju funkcji zakupowej .....	338
5.4.3. Wpływ zakupów na wyniki finansowe przedsiębiorstwa .....	339
5.5. Doskonalenie procesu zakupowego w przedsiębiorstwie .....	343
5.5.1. Modele procesu zakupowego .....	344
5.5.2. Elektroniczne zaopatrzenie .....	349
5.6. Opracowanie strategii i planów zakupowych w przedsiębiorstwie .....	354
5.6.1. Proces formułowania ogólnej strategii zakupowej .....	356
5.6.2. Proces formułowania strategii produktu zaopatrzeniowego .....	358
5.6.3. Planowanie zakupowe .....	365
5.7. Rozwijanie współpracy przedsiębiorstwa z dostawcami .....	367
5.7.1. Budowanie relacji partnerskich z dostawcą .....	368
5.7.2. Programy rozwoju dostawcy .....	373
5.7.3. Strategia integracji dostawcy .....	377
<b>6. Oferowane przez otoczenie rynkowe instrumenty sprzyjające poprawie efektywności i umacnianiu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa .....</b>	<b>381</b>
6.1. Wykorzystywanie konwencjonalnych form finansowania działalności podmiotów gospodarczych .....	381
6.2. Wykorzystywanie niekonwencjonalnych form finansowania działalności podmiotów gospodarczych .....	397
6.2.1. Leasing .....	398
6.2.2. Faktoring .....	403
6.2.3. Forfaiting .....	408
6.2.4. Franchising .....	410
6.2.5. <i>Private equity</i> .....	413
6.2.6. <i>Mezzanine</i> .....	420
6.2.7. Sekurytyzacja .....	422
6.2.8. <i>Project finance</i> .....	425
6.3. Wykorzystywanie instrumentów finansowych .....	429
6.4. Pozyskiwanie pomocy finansowej w ramach programów unijnych .....	442
6.5. Korzystanie z instytucji okołobiznesowych — aniołowie biznesu, inkubatory przedsiębiorczości, parki naukowo-technologiczne .....	446
6.6. Wykorzystywanie systemu informacyjnego .....	449
6.7. Wykorzystywanie technologii mobilnych wspomagających działalność przedsiębiorstwa .....	452
6.8. Wykorzystywanie mediów społecznościowych w działalności przedsiębiorstwa .....	457
6.8.1. Charakterystyka mediów społecznościowych .....	457
6.8.2. Formy komunikacji przedsiębiorstw z mediami społecznościowymi .....	461
6.8.3. Sytuacje kryzysowe w mediach społecznościowych .....	465
<b>7. Przedsiębiorstwo na rynku globalnym .....</b>	<b>469</b>
7.1. Geneza, pojęcie i przyczyny procesu globalizacji .....	469
7.2. Specyficzne cechy gospodarki globalnej .....	480
7.3. Pozytywy i negatywy procesu globalizacji .....	482
7.4. Strategie przedsiębiorstw w gospodarce globalnej .....	489

7.5. Globalny sourcing jako przykład nowoczesnej strategii funkcjonalnej przedsiębiorstwa .....	495
7.5.1. Pojęcie globalnego sourcingu .....	495
7.5.2. Korzyści z prowadzenia globalnego sourcingu .....	498
7.5.3. Organizacja globalnego sourcingu .....	499
7.5.4. Bariery i warunki skutecznego prowadzenia globalnego sourcingu ....	501
7.6. Zachowania przedsiębiorstw w warunkach globalizacji .....	505
7.7. Korporacja transnarodowa — podstawowy podmiot gospodarki globalnej i jej główny beneficjent .....	509
7.7.1. Pojęcie i cechy korporacji transnarodowej .....	509
7.7.2. Formy organizacyjne korporacji transnarodowych .....	512
7.7.3. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne jako główny obszar aktywności KTN .....	514
7.7.4. Globalizacja sprzyja czy hamuje realizację idei zrównoważonego rozwoju	519
7.8. Wyzwania dla polskich przedsiębiorstw .....	523
<b>8. Warto o tym pamiętać — refleksje do przemyślenia .....</b>	<b>527</b>
8.1. Przykłady przedsiębiorstw, które osiągnęły sukces rynkowy .....	528
8.1.1. General Electric .....	528
8.1.2. Grupa Inditex S.A. ....	529
8.1.3. Zarząd Morskiego Portu Gdynia S.A. ....	532
8.1.4. Morska Agencja Gdynia Sp. z o.o. ....	533
8.1.5. Chipolbrok Chińsko-Polskie Towarzystwo Żeglugowe S.A. ....	534
8.1.6. LfC Sp. z o.o. ....	534
8.1.7. Remontowa Holding S.A. ....	537
8.2. Dbanie o wysoki poziom kultury przedsiębiorstwa .....	537
8.3. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa .....	545
8.4. Koncentracja na zarządzaniu przez wartości .....	549,
8.5. Etyka w biznesie .....	553
8.6. Wdrażanie koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa .....	558
8.7. Błędy popełniane przy prowadzeniu działalności gospodarczej .....	563
8.8. Na czym winien opierać się nowy paradygmat sukcesu przedsiębiorstwa? ...	565
8.9. „Drzewo” sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa, czyli jak osiągnąć sukces rynkowy .....	567
8.9.1. Kapitał ludzki głównym podmiotem przedsiębiorstwa .....	569
8.9.2. Kultura przedsiębiorstwa jako czynnik sprzyjający sukcesowi przedsiębiorstwa .....	570
8.9.3. System zarządzania przedsiębiorstwem .....	571
8.9.4. Strategia przedsiębiorstwa — pomysł na jego przyszłość .....	572
8.9.5. System motywacyjny — trudno bez niego osiągnąć sukces .....	572
8.9.6. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa — ważne ogniwo sukcesu	573
8.9.7. Racjonalne gospodarowanie finansami przedsiębiorstwa — podstawa sukcesu .....	574
<b>Bibliografia .....</b>	<b>577</b>
<b>Nota o autorach .....</b>	<b>597</b>