

	strona
WSTĘP	7
Rozdział I	
MODEL ORGANIZACJI RYNKU I SYSTEMU STEROWANIA JEGO UCZESTNI- KAMI W ZAŁOŻENIACH REFORMY GOSPODARCZEJ	13
1. Założenia reformy rynku	13
2. Rola i funkcje władz regionalnych w kształtowaniu orga- nizacji rynku i sterowania jego uczestnikami/	22
3. Podmiotowy model docelowy rynku wewnętrznego	27
Rozdział II	
ANALIZA STANU WYJŚCIOWEGO ORGANIZACJI RYNKU I JEGO UWA- RUNKOWAŃ	36
1. Czynniki rynkowe determinujące model organizacji handlu	36
1.1. Stan rynku krajowego	36
1.2. Kształtowanie się sytuacji rynkowej w województwie katowickim	42
2. Czynniki sfery zarządzania kształtujące model wyjściowy organizacji handlu	49
2.1. Funkcje, narzędzia i organizacja Centrum	56
2.2. Funkcje, narzędzia i organizacja władz terenowych .	71
3. Organizacja rynku w stanie wyjściowym i jej charakte- rystyka	79

3.1. Struktury organizacyjne handlu w świetle założeń przyjętych przez Centrum	79
3.2. Stan wyjściowy organizacji rynku w województwie katowickim	88
3.3. Ocena stopnia samodzielności przedsiębiorstw w zakresie ich podstawowych funkcji ekonomicznych	101

Rozdział III

KSZTAŁTOWANIE SIĘ ORGANIZACJI I RYNKU I JEGO SYSTEMU STEROWANIA W OKRESIE PRZEJŚCIA DO MODELU DOCELOWEGO	105
1. Przewidywane kształtowanie się sytuacji rynkowej w świetle założeń polityko-gospodarczych Centrum	106
1.1. Kształtowanie się podażowej strony rynku w świetle założeń Narodowego Planu Społeczno-Gospodarczego na lata 1983-1984 oraz do roku 1990	106
1.2. Instrumenty i narzędzia kształtowania popytu i podaży w świetle założeń i realizacji rządowego programu antyinflacyjnego	118
1.3. Kryteria przestrzennego rozmieszczania towarów w warunkach działania niektórych narzędzi reformy gospodarczej	122
2. Przewidywane zmiany w systemie kierowania rynkiem przez Centrum	131
2.1. Utworzenie podmiotu polityki rynkowej Centrum /Ministerstwa Rynku i Konsumpcji/	131
2.2. Podział kompetencji w zakresie kierowania rynkiem i jego uczestnikami między Centrum a władzą regionalną	145
3. Przewidywane zmiany w sposobie kierowania uczestnikami rynku wojewódzkiego przez władze regionalne /w świetle wypowiedzi kadry kierowniczej władz terenowych/	154

3.1. Cele i zadania władz terenowych w procesie kształtowania rynku	155
3.2. Zadania i narzędzia władz terenowych w sterowaniu rynkiem i jego uczestnikami	158
4. Organizacja rynku w okresie przejścia do modelu docelowego	172
4.1. Podmiotowy model organizacji rynku w okresie przejścia do stanu docelowego	172
4.2. Uwagi o modelach wewnętrznych struktur organizacyjnych przedsiębiorstw handlowych - uczestników rynku	176
Rozdział IV	
MODEL DOCELOWY ORGANIZACJI RYNKU WEWNĘTRZNEGO	186
1. Czynniki kształtujące model docelowy organizacji rynku wewnętrznego	186
2. Rozwiązania docelowe w zakresie organizacji rynku wewnętrznego	195
DODATEK: PRZEDSIĘBIORSTWA POLONIJNO-ZAGRANICZNE NA RYNKU WOJEWÓDZTWA KATOWICKIEGO - MIEJSCE I PROFIL EKONOMICZNY	
	198