

Spis treści

Wprowadzenie	11
--------------------	----

Część I

Cele współczesnych przedsiębiorstw

1. Cele i uwarunkowania strategiczne dealerów samochodów osobowych w województwie pomorskim – <i>Wojciech Machel, Bogdan Nogalski</i>	17
1.1. Myślenie strategiczne – analiza konkurencji	18
1.2. Myślenie strategiczne – wyznaczanie celów	22
Bibliografia	26
2. Paradygmat celu zagregowanego w funkcjonowaniu przedsiębiorstw – <i>Aleksandra Szuścicka</i>	27
2.1. Istota i miejsce paradygmatu celu w przedsiębiorstwie	27
2.2. Charakterystyka celów w funkcjonowaniu przedsiębiorstw	28
2.3. Maksymalizacja wartości przedsiębiorstwa jako nadrzędny cel współczesnych podmiotów gospodarczych	30
2.4. Kształtowanie wartości rynkowej w ramach realizacji zagregowanego celu przedsiębiorstw	31
2.5. Rola celu zagregowanego w funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych	32
Bibliografia	35

3. Praktyczne sposoby rangowania i analizy celów na przykładzie firmy ZK	
– <i>Grzegorz Wudarszewski</i>	37
3.1. Znaczenie problematyki rangowania w budowaniu i analizowaniu systemu celów	38
3.2. Struktura celów Firmy ZK na lata 2008-2012	40
3.3. Rangowanie celów przedmiotowych Firmy ZK	42
3.4. Rangowanie strategicznych celów efektywnościowych Firmy ZK	43
Bibliografia	48
4. Zarządzanie współczesnym przedsiębiorstwem przez cele	
– <i>Julianna Bartosewicz</i>	49
4.1. Cele przedsiębiorstwa w interpretacji ogólnej	49
4.1.1. Przydatność i rola celów w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem	49
4.1.2. Rodzaje celów w zarządzaniu	51
4.1.3. Cele określone przez przedsiębiorstwo	51
4.1.4. Cechy celów przedsiębiorstwa	52
4.2. Zarządzanie przez cele	56
4.2.1. Założenia systemu zarządzania przez cele	57
4.2.2. Składowe systemu zarządzania przez cele oraz ich wewnętrzna korelacja	58
4.3. Propozycja poprawy sposobu realizacji celów współczesnego przedsiębiorstwa ...	59
4.3.1. Propozycja zastosowania modelu ścieżki do celu	59
4.3.2. Zmiana planowa w realizacji celów przedsiębiorstwa	60
4.3.3. Świadomość zarządzających oraz społeczna a realizacja celów przedsiębiorstwa	61
4.3.4. Podejście do pracowników oraz modyfikacja zachowań pracowniczych ...	61
4.3.5. Dodatkowa propozycja sposobu realizacji celów współczesnego przedsiębiorstwa	62
Bibliografia	65

Część II

Uwarunkowania organizacyjne funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw

5. Aspekty ontologiczne odpowiedzialności kierowniczej – <i>Tadeusz Falencikowski</i>	69
5.1. Pojęcie odpowiedzialności kierowniczej	70
5.2. Charakter ontologiczny odpowiedzialności kierowniczej	73

5.2.1. Cechy ontologiczne odpowiedzialności kierowniczej	73
5.2.2. Momenty bytowe odpowiedzialności kierowniczej	73
5.2.3. Fundament bytowy i nosiciel odpowiedzialności kierowniczej	74
Bibliografia	75
6. Controlling w odniesieniu do systemu produkcyjnego	
– <i>Renata Stasiak-Betlejewska, Stanisław Borkowski</i>	77
6.1. Zarządzanie przez controlling	78
6.2. Charakterystyka obiektu badawczego	80
6.3. Controlling w strukturze zadań zakładu produkcyjnego	83
Bibliografia	90
7. Ewolucja modelu biznesu na przykładzie Zoho.com – Wojciech A. Kubiak	91
7.1. Modele biznesu w branży producentów oprogramowania	92
7.2. Analiza modelu Zoho.com	95
7.2.1. Wartość oferowana klientowi, zakres oferty, polityka cenowa i źródła przychodów	95
7.2.2. Umiejętności firmy, trwałość przewagi konkurencyjnej, realizacja modelu	97
Bibliografia	99
8. Restrukturyzacja przedsiębiorstw połowowych – Joanna Schomburg	101
8.1. Istota restrukturyzacji przedsiębiorstw	101
8.2. Przyczyny restrukturyzacji	104
8.3. Cele i rodzaje restrukturyzacji	105
8.4. Proces restrukturyzacji	107
8.5. Uwarunkowania restrukturyzacji sektora rybołówstwa morskiego	108
Bibliografia	112
9. Rola długofalowego planowania w nieprzewidywalnej współczesnej gospodarce	
– <i>Andrzej Kaleta</i>	113
Bibliografia	120
10. Strategia „Rzeczpospolitej” – w sprzecznościach misji, celów i otoczenia marketingowego – Jan Kreft	123
10.1. Pozycja „Rzeczpospolitej” na rynku czytelnictwa i reklamowym	124
10.2. Otoczenie marketingowe	125

10.3. Pozycja rynkowa, misja i cel	126
10.4. Strategie konkurencji.	128
10.5. Siła medium	128
Bibliografia	132
11. Struktura firm wiedzy – Krzysztof Łobos.	135
11.1. Cel	136
11.2. Konstrukcja organizacji.	137
11.3. Obszary zastosowania, efekty.	139
Bibliografia	140
12. Teorie motywacji i postaw – Tomasz Wszeborowski.	141
12.1. Pojęcie motywu	141
12.2. Teorie motywu.	144
12.3. Pojęcie postawy	148
12.4. Elementy postawy	151
12.5. Właściwości postawy	155
Bibliografia	157
13. Wielowariantowe strategie rozwoju – przykład Fabryki Mebli FORTE SA – Gabriela Osiecka	159
13.1. Fundamenty strategii rozwoju FORTE SA.	160
13.2. Prezentacja poszczególnych strategii rozwoju FORTE SA.	161
13.2.1. Usprawnienie przepływu informacji	161
13.2.2. Pozyskanie obecnych pracowników dla celów FORTE SA.	162
13.2.3. Wprowadzenie funkcji managera produktu (MP).	164
13.2.4. Organizacja Centrum Logistycznego (CL)	165
13.2.5. Organizacja służb controllingowych	166
13.2.6. Optymalizacja zatrudnienia ukierunkowana na wzrost produktywności	167
13.2.7. Optymalizacja stanów magazynowych w magazynach materiałowych i magazynach elementów gotowych	168
13.2.8. Budowa struktury i relacji między poszczególnymi jej elementami ..	169
13.3. Pozostałe cele strategiczne FORTE SA	172
13.3.1. Zdobyć silnej (partnerskiej) pozycji w stosunkach z istniejącymi i przyszłymi organizacjami w kraju i za granicą	172

13.3.2. Wypracowanie zysku dzięki systematycznemu rozwojowi i finansowanie go z tego źródła	173
13.3.3. Sojusz strategiczny z innymi producentami mebli	173
Bibliografia	176
14. Wykorzystanie pozycjonowania w procesie budowy strategii konkurencyjności firm – Janusz Dworak.	177
14.1. Pozycjonowanie dwuwskaźnikowe	179
14.2. Pozycjonowanie trajektorii strategicznych przedsiębiorstw	180
14.3. Pozycjonowanie wielowymiarowe	182
Bibliografia	188
15. Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie – alians jako sposób na przetrwanie i rozwój – Zbigniew Malara	189
15.1. W poszukiwaniu recepty na udany alians	191
15.2. Alianse strategiczne w praktyce organizacyjnej	193
Bibliografia	199
16. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwach jako kryterium przetrwania w warunkach globalnych – Jagienka Rześny-Cieplińska.	201
16.1. Znaczenie zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwach	202
16.2. Systematyka rodzajów strategii funkcjonalnych przedsiębiorstw	204
16.3. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwach w warunkach globalnych . . .	206
Bibliografia	207
Część III	
Uwarunkowania rynkowe funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw	
17. An Enterprise's Size And Technological Innovations. Economies Of Scale And Scope In The Polish Enterprises – Teresa Kamińska, Grzegorz Dzwonnik . .	211
17.1. Concepts of economies of scale and economies of scope as concerns IT utilization	212
17.2. Methodological approach	213
17.3. Are large firms able to make better use of IT than smaller ones with reference to economies of scale and economies of scope?	215
17.3.1. Internal integration	216

17.3.2. Business processes reengineering	217
17.3.3. Business network reengineering	218
References	221
18. Analiza porównawcza efektywności powszechnych towarzystw emerytalnych	
na przykładach firm z grup kapitałowych PZU i AIG – Jarosław Poteraj.....	223
18.1. Powszechne towarzystwa emerytalne	224
18.1.1. Informacje ogólne	224
18.1.2. Powszechne Towarzystwo Emerytalne PZU SA	224
18.1.3. AIG Powszechne Towarzystwo Emerytalne SA	225
18.2. Efektywność wykorzystania powierzonego kapitału	227
18.2.1. Wskaźnik rentowności netto kapitału własnego	227
18.2.2. Obliczenia wartości wskaźnika rentowności netto kapitału własnego ...	227
18.2.3. Interpretacja otrzymanych rezultatów	228
18.3. Efektywność inwestycji dla akcjonariuszy	228
18.3.1. Wartość bieżąca netto oraz wewnętrzna stopa zwrotu	228
18.3.1.1. Wartość bieżąca netto	228
18.3.1.2. Wewnętrzna stopa zwrotu	229
18.3.2. Wykorzystanie metod wartości bieżącej netto oraz wewnętrznej stopy	
zwrotu do oceny zrealizowanych projektów inwestycyjnych w PTE	
grup PZU i AIG	230
Bibliografia	233
19. Klastry morskie jako czynnik konkurencyjności polskiej gospodarki morskiej	
– Tomasz Nowosielski	235
19.1. Koncepcja klastrów w gospodarce	236
19.2. Wpływ klastrów na kształtowanie konkurencyjności przedsiębiorstw	238
19.3. Charakterystyka klastrów morskich – rozwiązania zrealizowane	239
19.4. Klastry morskie w Polsce – założenia koncepcyjne i ich realizacja	242
19.5. Efekty funkcjonowania klastrów morskich	244
Bibliografia	246
20. Nowe kanały dystrybucji kart kredytowych jako innowacje marketingowe	
współczesnych przedsiębiorstw handlowych – Adam Rudzewicz.....	249
20.1. Hipermarkety	250
20.2. Karta kredytowa	250
20.3. Dystrybucja produktów bankowych	252

20.4. Analiza kart kredytowych oferowanych w hipermarketach	254
20.5. Efekty partnerstwa banku i hipermarketu	258
Bibliografia	260
21. Oddziaływanie inwestycji publicznych na inwestycje przedsiębiorstw prywatnych w Polsce w latach 1995-2007 – <i>Tomasz Landsberg</i>	263
21.1. Istota procesu inwestycyjnego	263
21.1.1. Teoretyczne podstawy pojęcia inwestycji i kapitału	263
21.1.2. Rola państwa w gospodarce.	266
21.1.3. Podstawowe różnice między inwestycjami prywatnymi, a publicznymi.	269
21.2. Inwestycje w ujęciu statystycznym.	271
Bibliografia	276
22. Rynkowe uwarunkowania lokalizacji centrum logistycznego w Gdańsku – <i>Adam Mytlewski, Andrzej Jezierski</i>	277
22.1. Funkcje centrum logistycznego	277
22.2. Atrybuty lokalizacyjne Gdańska.	279
22.3. Uwarunkowania popytowe lokalizacji centrum logistycznego	282
22.4. Uwarunkowania podażowe lokalizacji centrum logistycznego w Gdańsku	286
Bibliografia	290
23. Udział instytucji rządowej w działaniach na rzecz rozwoju regionu innowacyjnego na przykładzie Wschodniej Anglii – <i>Adam Wasiołka</i>.	291
23.1. Innowacyjność regionów europejskich	291
23.1.1. Istota regionu innowacyjnego Wschodniej Anglii.	292
23.1.2. Wschodnia Anglia jako węzeł transportowy.	293
23.1.3. Wspieranie badań i rozwoju Wschodniej Anglii.	293
23.2. Systemy innowacyjne a wzrost gospodarczy	294
23.2.1. Czynniki determinujące siłę systemów innowacyjnych.	294
23.3. Wspieranie innowacyjności na przykładzie East of England Development Agency (EEDA).	296
23.3.1. Regionalna promocja i wdrażanie technologii informatyczno-komunikacyjnych (ICT).	297
23.3.2. Obszary działania ICT w ramach EEDA	299
Bibliografia	301

24. Zmiany w gospodarce jako przesłanki tworzenia organizacji sieciowych	
– Krzysztof Niestrój	303
24.1. Zmiany w charakterze pracy ludzi	304
24.2. Odchodzenie od hierarchii	305
24.3. Ograniczenia reinżynieringu	307
24.4. Prosumentyzm	308
24.5. Dostrzeżenie zagrożeń związanych z cyklem „drgającego stanu równowagi” ...	309
24.6. Złożoność otoczenia uniemożliwiająca prognozowanie	310
24.7. Wirtualizacja	311
Bibliografia	313