

Spis treści

Przedmowa	13
1. Przedmiot i ewolucja nauki o przedsiębiorstwie	17
1.1. Przedmiot nauki	17
1.2. Podejścia badawcze i oceny wartościujące	23
1.3. Kilka słów o powstaniu nauki o przedsiębiorstwie	26
1.4. Rozwój wiedzy o przedsiębiorstwie i zarządzaniu nim	27
1.4.1. Rozwój wiedzy o przedsiębiorstwie	28
1.4.1.1. Krytyka podejścia neoklasycznego	28
1.4.1.2. Koncepcja menedżerska	29
1.4.1.3. Podejście behawiorystyczne	30
1.4.1.4. Przedsiębiorstwo jako mechanizm alokacji zasobów	31
1.4.1.5. Przedsiębiorstwo w ujęciu teorii agencji	33
1.4.1.6. Teoria zasobowa firmy	37
1.4.1.7. Teoria firmy w ujęciu Williamsona	40
1.4.1.8. Teoria ewolucyjna firmy	48
1.4.2. Rozwój wiedzy o zarządzaniu przedsiębiorstwem	50
1.4.2.1. Okres przednaukowy	50
1.4.2.2. Kierunek klasyczny	51
1.4.2.3. Kierunek zorientowany na zasoby ludzkie	52
1.4.2.4. Szkoła matematyczna	55
1.4.2.5. Podejście systemowe w teorii zarządzania	55
1.4.2.6. Obecna faza rozwoju wiedzy o zarządzaniu	55
Pytania kontrolne	58
2. Istota i cele przedsiębiorstwa	59
2.1. Przedsiębiorczość, przedsiębiorca, przedsiębiorstwo	59
2.1.1. Przedsiębiorczość	59
2.1.1.1. Definiowanie przedsiębiorczości	59
2.1.1.2. Rodzaje przedsiębiorczości	63
2.1.2. Przedsiębiorca	65
2.1.2.1. Cechy osobowe przedsiębiorcy	65
2.1.2.2. Definiowanie przedsiębiorcy oparte na pojęciu orientacji przedsiębiorczej	66
2.1.2.3. Pojęcie przedsiębiorcy w przepisach prawnych	67
2.1.3. Przedsiębiorstwo	68
2.1.3.1. Różnice w postrzeganiu przedsiębiorstwa	68
2.1.3.2. Definicja prawna przedsiębiorstwa	72

2.1.3.3. Podmiotowość przedsiębiorstwa w ujęciu historycznym	73
2.2. Cele przedsiębiorstwa	78
2.2.1. Podstawowe pojęcia i kwestie sporne	78
2.2.2. Komu powinno służyć przedsiębiorstwo	83
2.2.2.1. Wprowadzenie	83
2.2.2.2. Grupy interesów a cele działalności gospodarczej przedsiębiorstwa	85
2.2.2.3. Obszary i przejawy społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa	90
2.3. Przedmiot, zakres i formy reprezentacji interesów pracowniczych w przedsiębiorstwie	93
2.4. Nadzór korporacyjny	99
2.5. Efektywność i konkurencyjność jako cechy konstytutywne przedsiębiorstwa	104
2.5.1. Efektywność	104
2.5.2. Konkurencyjność	108
2.6. Zasady działania przedsiębiorstwa	114
Pytania kontrolne	• • • • 116

3. Cykl życia przedsiębiorstwa **117**

3.1. Podstawowe pojęcia	117
3.2. Tworzenie przedsiębiorstwa	120
3.2.1. Decyzja i sposób tworzenia przedsiębiorstwa	120
3.2.2. Warunki formalne związane z tworzeniem przedsiębiorstwa	121
3.3. Rozwój i dojrzałość przedsiębiorstwa	125
3.3.1. Wprowadzenie	125
3.3.2. Fazy rozwoju przedsiębiorstwa według Greinera	126
3.4. Kryzysy i ich przewyciężanie	129
3.5. Restrukturyzacja przedsiębiorstwa	134
3.6. Niewypłacalność i zaprzestanie działalności przedsiębiorstwa	139
Pytania kontrolne	146

4. Formy prawno-organizacyjne przedsiębiorstw i ich przekształcenia **147**

4.1. Wprowadzenie	147
4.2. Formy prawno-organizacyjne przedsiębiorstw	148
4.2.1. Przedsiębiorstwo jednoosobowe	148
4.2.2. Przedsiębiorstwa-spółki	149
4.2.2.1. Spółki osobowe	150
4.2.2.2. Spółki kapitałowe	152
4.2.2.3. Przekształcenia, łączenie i podział spółek	154

4.2.3. Przedsiębiorstwo państwowe	155
4.2.4. Przedsiębiorstwa-spółdzielnie	157
4.3. Problem wyboru formy prowadzenia działalności gospodarczej.	158
Pytania kontrolne.	161
5. Potencjał i działalność gospodarcza przedsiębiorstwa	162
5.1. Kapitał przedsiębiorstwa i jego zmiany.	162
5.1.1. Potencjał przedsiębiorstwa - istota, rodzaje i ruch określony kapitału	162
5.1.2. Kapitał własny i obcy.	166
5.1.2.1. Tworzenie i pozyskiwanie kapitału.	166
5.1.2.2. Kształtowanie struktury kapitału.	167
5.2. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa	169
5.2.1. Pojęcie kapitału intelektualnego.	169
5.2.2. Struktura kapitału intelektualnego.	171
5.2.3. Ochrona własności intelektualnej.	174
5.2.4. Rodzaje i znaczenie metod pomiaru kapitału intelektualnego	176
5.3. Majątek trwały.	179
5.3.1. Podstawowe pojęcia, skład i struktura majątku trwałego.	179
5.3.2. Klasyfikacja i wycena wartości środków trwałych	183
5.3.3. Zakres i zasady gospodarowania środkami trwałymi.	187
5.4. Majątek obrotowy.	193
5.4.1. Majątek rzeczowy.	193
5.4.1.1. Podstawy ekonomiki zużycia materiałów.	194
5.4.1.2. Zapasy produkcyjne i towarowe.	198
5.4.1.3. Ekonomia zaopatrzenia	202
5.4.2. Majątek finansowy.	205
5.5. Wycena przedsiębiorstwa	207
5.6. Potencjał ludzki.	215
5.6.1. Funkcja personalna i jej uwarunkowania.	215
5.6.2. Zatrudnienie i jego racjonalizacja.	220
5.7. Przedmiot (dziedziny) działalności przedsiębiorstwa i realizowane w nim funkcje.	223
5.8. Innowacyjność przedsiębiorstwa	226
5.9. Wykorzystanie technologii teleinformatycznych (e-biznes).	235
5.9.1. Istota i specyfika e-biznesu.	235
5.9.2. Obszary zastosowań i korzyści wynikające z technologii tele- informatycznych.	237
5.9.3. Bariery i zagrożenia związane z e-biznesem.	241
Pytania kontrolne.	244

6. Organizacja i zarządzanie w przedsiębiorstwie	246
6.1. Zarządzanie przedsiębiorstwem	246
6.1.1. Przedsiębiorstwo w otoczeniu	246
6.1.2. Istota zarządzania przedsiębiorstwem	248
6.1.3. Zarządzanie przedsiębiorstwem jako system hierarchiczny	252
6.2. Planowanie w przedsiębiorstwie	256
6.2.1. System planowania w przedsiębiorstwie	256
6.2.2. Planowanie strategiczne	260
6.2.3. Planowanie operacyjne	266
6.2.4. Problemy metodyczne w planowaniu i wdrażaniu decyzji operacyjnych	271
6.3. Motywowanie w przedsiębiorstwie	279
6.3.1. Istota motywowania	279
6.3.2. Charakterystyka instrumentów motywowania	282
6.3.3. Wynagrodzenia jako podstawowy instrument motywowania pracowników	286
6.4. Ocena działalności gospodarczej przedsiębiorstwa	290
6.4.1. Kontrola a ocena działalności gospodarczej	290
6.4.2. Podmioty oceniające	291
6.4.3. Rodzaje ocen	291
6.4.4. Mierniki oceny - pojęcia i ogólna charakterystyka	292
6.4.5. Sposoby dokonywania ocen	294
6.4.6. Finansowe mierniki działalności przedsiębiorstwa	295
6.4.7. Mierniki niefinansowe oraz łączenie finansowych i niefinansowych mierników oceny	299
6.5. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa i jej kształtowanie	301
6.5.1. Podział pracy a struktura organizacyjna	301
6.5.2. Wymiary struktury organizacyjnej	303
6.5.3. Czynniki i warunki racjonalności struktury organizacyjnej	305
6.5.4. Zasady budowy i modele struktury organizacyjnej	307
6.5.5. Wybrane zagadnienia projektowania struktury organizacyjnej	317
Pytania kontrolne	320
7. Podejścia przekrojowe do zarządzania przedsiębiorstwem (prezentacja wybranych ujęć)	321
7.1. Przesłanki wprowadzania przekrojowych koncepcji zarządzania przedsiębiorstwem	321
7.2. <i>Lean management</i> jako ogólna koncepcja transformacji przedsiębiorstw	324
7.2.1. Istota i cele koncepcji	324
7.2.2. Narzędzia koncepcji <i>lean management</i>	327
7.2.3. Warunki wdrażania	329
7.3. <i>Business process reengineering</i> jako podstawa zarządzania procesami	331

7.3.1. Pojęcie orientacji procesowej w zarządzaniu	331
7.3.2. Przesłanki i geneza zarządzania procesami.	333
7.3.3. Istota zarządzania procesami.	335
7.3.4. Metodyka i narzędzia zarządzania procesami gospodarczymi . .	339
7.3.5. Projekt jako szczególny rodzaj procesu.	340
7.4. Logistyka w przedsiębiorstwie.	344
7.4.1. Istota i przesłanki logistyki.	344
7.4.2. Struktura systemów logistycznych.	346
7.4.3. Strategia logistyczna w przedsiębiorstwie i podział pracy w kanałach logistycznych.	350
7.4.4. <i>Just in time</i> w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	351
7.5. Zarządzanie jakością	354
7.5.1. Przesłanki i założenia.	354
7.5.2. Geneza systemów zapewniania jakości.	357
7.5.3. Charakterystyka podstawowych norm międzynarodowych	358
7.5.3.1. Audyt certyfikacyjny.	361
7.5.3.2. Nie tylko normy ISO serii 9000.	362
7.5.4. Wdrażanie systemów zarządzania jakością - korzyści i koszty	363
7.6. <i>Controlling</i>	365
7.6.1. Istota i cele controllingu.	365
7.6.2. Narzędzia controllingu.	369
7.6.3. Organizacja służby controllingu w przedsiębiorstwie.	369
7.6.4. Wdrażanie controllingu w przedsiębiorstwie.	372
7.7. Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie - <i>knowledge management</i> . .	374
7.7.1. Geneza koncepcji.	374
7.7.2. Podstawowe pojęcia.	375
7.7.3. Kluczowe procesy zarządzania wiedzą	376
7.7.4. Podstawowe zadania przedsiębiorstwa w zakresie realizacji koncepcji.	379
7.7.5. Systemy informatyczne wspierające zarządzanie wiedzą (SWW)	379
7.7.6. Koncepcja KM a modele organizacji uczącej się i organizacji inteligentnej.	382
7.7.7. Korzyści i koszty związane z realizacją koncepcji KM.	383
7.7.8. Problemy towarzyszące wdrażaniu i późniejszej adaptacji koncepcji KM.	384
7.7.9. Zarządzanie wiedzą a zarządzanie kapitałem intelektualnym . .	384
7.8. Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa - <i>value based management</i>	386
7.8.1. Przesłanki pojawienia się koncepcji zarządzania wartością przedsiębiorstwa	386
7.8.2. Metody pomiaru efektu kreacji wartości przedsiębiorstwa	388
7.8.3. Operacjonalizacja koncepcji VBM.	390
Pytania kontrolne.	393

8. Przedsiębiorstwo a rynek	394
8.1. Marketing w działalności przedsiębiorstwa	394
8.2. Polityka cenowa przedsiębiorstwa	399
8.2.1. Cena jako centralny element strategii przedsiębiorstwa	399
8.2.2. Cena jako instrument marketingu mix	400
8.2.3. Podstawowe kwestie polityki cenowej przedsiębiorstwa	401
8.2.4. Jak przedsiębiorstwa ustalają ceny nowych produktów?	402
8.2.4.1. Wybór strategii cenowej	403
8.2.4.2. Szacowanie popytu	405
8.2.4.3. Szacowanie kosztów	406
8.2.4.4. Sytuowanie ceny między poziomami ekstremalnymi oparte na znajomości popytu klientów, funkcji kosztów i cen konkurencji	406
8.2.4.5. Metody ustalania ceny	407
8.2.4.6. Dostosowywanie ceny w czasie i przestrzeni	410
8.2.4.7. Inicjowanie zmian ceny	411
8.3. Polityka antymonopolowa państwa a organizacja i funkcjonowanie przedsiębiorstwa	414
Pytania kontrolne	419
9. Współpraca przedsiębiorstwa z innymi podmiotami gospodarczymi	420
9.1. Istota i formy współpracy	420
9.2. Formy kooperacyjne	431
9.3. Formy koncentracyjne	445
Pytania kontrolne	453
10. Przedsiębiorstwo a państwo; samorząd terytorialny i środowisko europejskie	454
10.1. Zakres, formy i narzędzia regulacji działalności przedsiębiorstwa przez państwo	454
10.1.1. Tendencje zmian	454
10.1.2. Obszary i cele działalności państwa	455
10.1.3. Przedsiębiorstwo wobec skutków ekonomicznej działalności państwa	458
10.1.4. Wiązanie strategii przedsiębiorstwa z polityką gospodarczą państwa	459
10.2. Stosunki przedsiębiorstwa z władzami lokalnymi	463
10.3. Przedsiębiorstwo a środowisko europejskie	467
Pytania kontrolne	480

11. Globalizacja przedsiębiorstwa	481
11.1. Umiejdzynarodowienie działalności przedsiębiorstwa. Podstawowe pojęcia	481
11.2. Kryteria umiejdzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa	482
11.3. Umiejdzynarodowienie przedsiębiorstw a ich wielkość, struktura branżowa i lokalizacja	483
11.4. Typowe przyczyny zaangażowania się przedsiębiorstwa w produkcję zagraniczną	484
11.5. Korzyści globalizacji przedsiębiorstwa	485
11.6. Dwa kierunki presji konkurencji	487
11.6.1. Presja na koszty	488
11.6.2. Presja na dostosowanie oferty przedsiębiorstwa do warunków lokalnych	489
11.7. Strategie przedsiębiorstw	489
11.8. Wybór sposobu wejścia na rynek zagraniczny	492
11.9. Globalne alianse strategiczne	498
Pytania kontrolne	502
Spis rysunków	503
Spis tabel	504
Skorowidz	507