

Wprowadzenie	9
-------------------------------	----------

Część I

Teoretyczne i praktyczne podstawy funkcjonowania przedsiębiorstwa handlowego – aspekty organizacyjno-zarządcze

1. Pojęcie i funkcje przedsiębiorstwa handlowego	
– <i>Małgorzata Brojak-Trzaskowska</i>	13
1.1. Specyfika przedsiębiorstwa handlowego	13
1.2. Funkcje i zasady działania przedsiębiorstwa handlowego	17
1.3. Przesłanki podejmowania działalności gospodarczej w sferze handlu.	21
2. Klasyfikacja przedsiębiorstw handlowych – <i>Małgorzata Porada-Rochóń</i>	25
3. Istota i funkcje zarządzania przedsiębiorstwem handlowym	
– <i>Małgorzata Brojak-Trzaskowska</i>	27
3.1. Proces planowania w przedsiębiorstwie handlowym.	27
3.2. Proces organizowania	32
3.3. Proces motywowania i jego znaczenie.	33
3.4. Kontrola w przedsiębiorstwie handlowym.	37
3.5. Podejście procesowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym	39

4. Wybrane aspekty organizowania działalności przedsiębiorstwa handlowego	
– <i>Małgorzata Brojak-Trzaskowska</i>	45
4.1. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa handlowego	45
4.2. Czynniki determinujące strukturę organizacyjną.	49
4.3. Elementy organizowania pracy w przedsiębiorstwie handlowym	51
5. Etyka z biznesie – <i>Małgorzata Porada-Rochoń</i>	55

Część II

Rachunkowość i polityka podatkowa w przedsiębiorstwie handlowym

1. Elementy ewidencji księgowej i sprawozdawczości w przedsiębiorstwie handlowym	
– <i>Piotr Szczypa</i>	63
1.1. Rola rachunkowości finansowej w przedsiębiorstwie handlowym.	63
1.2. Księgi rachunkowe	66
1.3. Ewidencja towarów w przedsiębiorstwie handlowym	69
1.4. Sprawozdawczość finansowa w przedsiębiorstwie handlowym.	74
2. Rachunek kosztów w przedsiębiorstwie handlowym – <i>Piotr Szczypa</i>	79
2.1. Definicja i istota rachunku kosztów.	79
2.2. Systematyczny rachunek kosztów w przedsiębiorstwie handlowym	80
2.3. Pozaewidencyjne rachunki kosztów w przedsiębiorstwie handlowym.	83
3. Możliwości zastosowania rachunkowości zarządczej/controllersingu	
w przedsiębiorstwie handlowym – <i>Piotr Szczypa</i>	87
3.1. Rola rachunkowości zarządczej/controllersingu w przedsiębiorstwie handlowym	87
3.2. Narzędzia rachunkowości zarządczej wspomagające procesy decyzyjne	
w przedsiębiorstwie handlowym.	89
3.3. Możliwości zastosowania narzędzi rachunkowości zarządczej	
w przedsiębiorstwie handlowym.	95
4. Strategie podatkowe w przedsiębiorstwie handlowym – <i>Beata Filipiak</i>	99
4.1. Opodatkowanie przedsiębiorstwa handlowego	99
4.2. Instrumenty legalnego obniżania obciążeń podatkowych	105
4.3. Kształtowanie strategii podatkowej przedsiębiorstwa handlowego	108

Część III

Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie handlowym

1. Obszary i zakres decyzji finansowych w procesie zarządzania finansami – <i>Beata Filipiak</i>	117
1.1. Finansowe aspekty zarządzania aktywami i pasywami w przedsiębiorstwie handlowym	117
1.2. Decyzje krótko- i długoterminowe	120
1.3. Decyzje finansowe a ryzyko	122
2. Budżetowanie jako element wsparcia procesu zarządzania finansami – <i>Marek Dylewski</i>	127
2.1. Budżetowanie jako metoda zarządzania w przedsiębiorstwie handlowym	127
2.2. Elementy procesu budżetowania w przedsiębiorstwie handlowym	129
2.3. Praktyczne aspekty procesu budżetowania w przedsiębiorstwie handlowym ...	134
2.4. Warunki wdrożenia i wykorzystania budżetowania w przedsiębiorstwie handlowym	136
3. Finansowanie przedsiębiorstw handlowych – <i>Magdalena Ziolo</i>	141
3.1. Zapotrzebowanie na kapitał w przedsiębiorstwie handlowym	141
3.2. Problematyka doboru instrumentów finansowych	145
3.3. Strategie finansowania przedsiębiorstw handlowych	149
4. Instrumenty finansowe w praktyce przedsiębiorstwa handlowego – <i>Małgorzata Porada-Rochoń</i>	153
4.1. Instrumenty finansowe własne	153
4.2. Instrumenty finansowe obce	155
5. Analiza ekonomiczno-finansowa jako narzędzie wspierające proces decyzyjny – <i>Małgorzata Porada-Rochoń</i>	159
5.1. Kierunki wykorzystania analizy ekonomiczno-finansowej w przedsiębiorstwie handlowym	159
5.2. Znaczenie analizy wskaźnikowej w procesie podejmowania decyzji	161
6. Restrukturyzacja finansowa przedsiębiorstwa handlowego – <i>Małgorzata Porada-Rochoń</i>	167
6.1. Istota i przyczyny restrukturyzacji finansowej	167
6.2. Zakres zmian wynikający z restrukturyzacji finansowej	169

Część IV

Kształtowanie polityki rozwojowej przedsiębiorstwa handlowego

1. Strategia jako wyznacznik kierunków rozwoju przedsiębiorstw handlowych	
– <i>Małgorzata Porada-Rochon</i>	179
1.1. Znaczenie strategii w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa handlowego	179
1.2. Proces formułowania strategii	182
1.3. Nowoczesne podejście do zarządzania strategicznego	187
2. Czynniki determinujące rozwój przedsiębiorstwa handlowego	
– <i>Małgorzata Brojak-Trzaskowska</i>	189
2.1. Podstawowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa handlowego	189
2.2. Egzogeniczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa handlowego	190
2.3. Endogeniczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa handlowego	192
3. Innowacje jako warunek sukcesu współczesnego przedsiębiorstwa handlowego	
– <i>Małgorzata Brojak-Trzaskowska</i>	195
3.1. Innowacje jako wyznacznik rozwoju przedsiębiorstw handlowych	195
3.2. Istota i elementy procesu innowacyjnego	197
3.3. Zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwie handlowym	199
4. Rachunek opłacalności inwestycji w przedsiębiorstwie handlowym	
– <i>Magdalena Ziolo</i>	201
4.1. Znaczenie rachunku opłacalności inwestycji w procesie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym	201
4.2. Proste metody oceny efektywności inwestycji	204
4.3. Metody złożone (dyskontowe) w ocenie inwestycji	207
5. Aspekty proekologiczne w kształtowaniu rozwoju przedsiębiorstwa handlowego – <i>Piotr Szczypa</i>	211
5.1. Ochrona środowiska a działalność przedsiębiorstwa handlowego	211
5.2. Źródła finansowania działalności na rzecz ochrony środowiska	213
5.3. Ograniczanie kosztów i wydatków w przedsiębiorstwie handlowym poprzez ochronę środowiska	216
5.4. Poprawa wizerunku przedsiębiorstwa handlowego w wyniku działalności na rzecz ochrony środowiska	219

6. Instytucjonalne instrumenty wsparcia rozwoju przedsiębiorstwa handlowego	
– <i>Beata Filipiak</i>	223
6.1. Powiązania przedsiębiorstwa handlowego z podmiotami sektora publicznego i organami Unii Europejskiej	223
6.2. Ekonomiczno-finansowe instrumenty stymulowania rozwoju przedsiębiorstwa handlowego przez organy gminy.	227
6.3. Pomoc publiczna i jej znaczenie dla przedsiębiorstwa.	230
6.4. Poręczenia i gwarancje publiczne jako instrument wsparcia przedsiębiorstwa handlowego.	233
6.5. Pozostałe instrumenty instytucjonalnego wsparcia rozwoju przedsiębiorstwa handlowego.	236
 7. Przedsiębiorstwa handlowe w kooperacji z sektorem publicznym	
– <i>Marek Dylewski</i>	239
7.1. Prawa i obowiązki przedsiębiorstw handlowych w relacjach z sektorem publicznym	239
7.2. Przedsiębiorstwo handlowe jako partner biznesowy	242
7.3. Przedsiębiorstwo handlowe jako biorca usług publicznych	246
 Bibliografia	253