

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I	
W poszukiwaniu istoty współczesnego przedsiębiorstwa	13
1.1. Kryzys gospodarczy jako wyzwanie dla nauk ekonomicznych	13
1.2. Behawioryzm jako główny nurt rozwoju teorii przedsiębiorstwa	21
1.3. Przedmiotowe podejście do przedsiębiorstwa a utylitaryzm	27
1.4. Podmiotowość przedsiębiorstwa a przedsiębiorczość.	35
1.5. Ramy podmiotowości przedsiębiorstwa a jego wewnętrzna kultura	41
1.6. Samodzielność jako kluczowa wartość przedsiębiorstwa	64
Rozdział II	
Środowiskowe uwarunkowania działalności przedsiębiorstwa.	71
2.1. Elementy otoczenia współczesnego przedsiębiorstwa a stosunki rynkowe	71
2.2. Konkurencja a współdziałanie interesariuszy w przedsiębiorstwie	90
2.3. Wartości związane ze środowiskiem działania przedsiębiorstwa	95
2.4. Rozwój przedsiębiorstwa w warunkach otwartej gospodarki	103
2.5. Oddziaływanie państwa na potencjał rozwojowy przedsiębiorstw	116
2.6. Obecność kapitału zagranicznego w gospodarce	126
Rozdział III	
Kluczowe czynniki rozwoju współczesnych przedsiębiorstw	
w ujęciu behawioralnym	133
3.1. Innowacyjność w przedsiębiorstwie a orientacja na nowoczesność	133
3.3. Inwestycje przedsiębiorstwa a postęp organizacyjno-technologiczny	142
3.3. Stosunki międzyludzkie w mechanizmie rozwoju przedsiębiorstwa	151
3.4. Pierwiastek ludzki a kultura wewnętrzna przedsiębiorstwa	161
3.5. Wymiar finansowy funkcjonowania przedsiębiorstwa a bariera redukcjonizmu	173
3.6. Gotowość do podejmowania ryzyka a odpowiedzialność w biznesie	188
3.7. Sekwencja strategicznych wartości w zarządzaniu rozwojem przedsiębiorstwa ..	194

Rozdział IV

Czynniki kształtujące wybór celów w przedsiębiorstwie w ujęciu behawioralnym ..	209
4.1. Kwestia celowości w prowadzeniu działalności gospodarczej	209
4.2. Wielowymiarowy układ celów przedsiębiorstwa	224
4.3. Założenia metodyczne budowy systemu celów w przedsiębiorstwie	229
4.4. Rzeczowa i finansowa forma celów przedsiębiorstwa.	238
Cele w perspektywie długookresowej	239
Cele działalności operacyjnej	247
Instrumentalny charakter celów finansowych	252
4.5. Cele formalne i nieformalne a skuteczność zarządzania przedsiębiorstwem.	256
4.6. Cele przedsiębiorstwa jako wyraz kompromisu interesów	261

Rozdział V

Praktyczne następstwa wyboru celów finansowych w przedsiębiorstwie	271
5.1. Ewolucja poglądów na temat maksymalizacji zysku przedsiębiorstwa	271
5.2. Wartość ekonomiczna przedsiębiorstwa jako cel zarządzania	285
5.3. Filozoficzny wymiar wartości a cele przedsiębiorstwa	301
5.4. Cele przedsiębiorstwa w koncepcji personalizmu społecznego	308
5.5. Zagadnienie równowagi przedsiębiorstwa w świetle wyboru celów	321
5.6. Wyznaczanie struktury celów w ramach polityki wyników finansowych	332

Rozdział VI

Zagadnienie rozwoju w strukturze celów współczesnego przedsiębiorstwa	341
6.1. Dynamika rozwoju gospodarczego a środowisko działalności przedsiębiorstwa .	341
6.2. Potencjał ekonomiczny przedsiębiorstwa a strategia kurczenia się sfery realnej .	349
6.3. Współzależność procesu rozwoju przedsiębiorstwa i nowoczesności produktów	356
6.4. Rozwój w programie inwestycji przedsiębiorstwa	366
6.5. Rozwój przedsiębiorstwa a kwestia racjonalności i optymalizacji	371
6.6. Cele przedsiębiorstwa zorientowane na rozwój jako wyraz antycypacji przyszłości	379
6.7. Proces rozwoju przedsiębiorstwa a pomnażanie wartości ekonomicznej	385

Rozdział VII

Realizacja celów przedsiębiorstwa w globalnym środowisku działania	391
7.1. Intelktualny nurt globalizacji	391
7.2. Środowisko działalności gospodarczej przedsiębiorstwa a globalizacja	397
7.3. Globalizacja jako wyzwanie dla polskich przedsiębiorstw	404
7.4. Dylematy przedsiębiorstw w warunkach globalizacji	415
7.5. Wartości wzmacniające potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa w globalnym środowisku działania	428
7.6. Bilans współzależności przedsiębiorstwa z globalnym otoczeniem	440
Wnioski końcowe	445
Spis literatury	453
Spis rysunków	461