Spis treści

Wstęp (*Maria Sławińska, Jan Mikołajczyk*) 5

Część pierwsza. Zadania (*zespół*) 7

1. Zasoby przedsiębiorstwa 8
2. Zakup towarów 16
3. Gospodarka magazynowa i zapasy 21
4. Ceny i marże 25
5. Koszty, tworzenie wyniku finansowego 34
6. Ocena kondycji ekonomiczno-finansowej 38

Część druga. Studia przypadków 45

1. Możliwości rozwoju polskiego przedsiębiorstwa sieciowego – TRAPEX S.A. (*Barbara Borusiak*) 46
2. Strategia rozwoju firmy Intermarché w Polsce (*Maria Sławińska*) ... 57
3. Strategia rozwoju sieci sklepów abc (*Jan Mikołajczyk*) 66
4. Strategia rozwoju sieci małych sklepów Żabka (*Jan Mikołajczyk*) 70
5. Czynniki sukcesu sieci sklepów dyskontowych Aldi (*Maria Sławińska*) 73
6. Samodzielnie czy w sieci – dylemat właściciela sklepu As (*Jan Mikołajczyk*) 79
7. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa handlowego na przykładzie grupy Carrefour (*Magdalena Małkowska*) 83
8. IKEA – problem lokalizacji placówki handlowej (*Magdalena Małkowska*) 96
9. Franchising jako strategia rozwoju sieci sklepów CHATA POLSKA (*Jan Mikołajczyk*) 99
10. Pomysł na rozwój sieci sprzedaży „Piotr i Paweł" (*Paweł Dobski*) .. 104
11. Sklep Wirtualnej Polski S.A. (*Piotr Drygas*) 107
12. Problem delegowania uprawnień na przykładzie przedsiębiorstwa Aster (*Paweł Dobski*) 113
13. Kalendarze – czyli jak ważne jest planowanie sprzedaży (*Piotr Drygas*) 117
14. Działania integracyjne i marketingowe sieci sklepów „Społem" (*Jan Mikołajczyk*) 120
15. Zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie handlowym na przykładzie Wal-Mart Stores (*Magdalena Małkowska*) 124

16. Źródła przewagi konkurencyjnej firmy Bestseller (*Marzena Szewczyk*) 129
17. Analiza ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstwa handlowego na przykładzie grupy kapitałowej Krakchemia (*Magdalena Małkowska*) 134

Część trzecia. Transformacja sektora handlu w Polsce (*Jan Mikołajczyk*) 147

1. Przemiany w polskim handlu po 1989 roku 148
2. Wybrane inicjatywy integracyjne w handlu hurtowym 161
3. Wybrane inicjatywy integracyjne w handlu detalicznym 163

Część czwarta. Zintegrowane systemy informatyczne w zarządzaniu przedsiębiorstwem handlowym (*Piotr Drygas przy współpracy z IT Integro*) 165

1. Ogólna charakterystyka systemu *Microsoft Business Solutions - Navision 2.6 Pl.* 166
2. Przykłady zastosowania programu wspomagającego zarządzanie systemu *Microsoft Business Solutions - Navision 2.6 Pl.* 171
3. Rozwiązania przykładowych zadań za pomocą programu komputerowego systemu *Microsoft Business Solutions - Navision 2.6 Pl.* 175