SPIS TREŚCI

Słowo Wstępne 4

Maria SŁAWIŃSKA
Uwarunkowania i sposoby pomiaru
efektywności działania przedsiębiorstw handlowych 5

Adolf MICHALAK
Samodzielność przedsiębiorstwa handlowego
i jej determinanty w planowo regulowanej gospodarce rynkowej 13

Elżbieta URBANOWSKA-SOJKIN
Organizacyjne wyznaczniki
efektywności przedsiębiorstwa handlowego 28

Rajmund ŚWITAJSKI
Przedsiębiorczość warunkiem wzrostu
efektywności gospodarowania w przedsiębiorstwie handlowym 39

Ryszard MIKOŁAJCZAK
Finansowe instrumenty sterowania
działalnością przedsiębiorstw handlowych 49

Piotr RZEPCZYŃSKI
Efektywność przedsiębiorstw handlowych a marże 61

Walery LACH, Lilianna NOWAK
Dotacje a efektywność funkcjonowania podmiotów rynkowych 66

Barbara FURMANOWSKA
Kształtowanie zakupu jako przesłanka
Efektywności przedsiębiorstwa handlowego 77

Jacek KALL
Zastosowanie metody DAGMAR dla pomiaru
efektywności działań promocyjnych przedsiębiorstw handlowych 86

Małgorzata MICHALIK, Henryk MRUK
Możliwości i warunki podnoszenia efektywności
przedsiębiorstw handlowych w świetle badań ankietowych 93

SŁOWO WSTĘPNE

We współczesnej literaturze i publicystyce gospodarczej wskazuje się na pilną potrzebę zmiany systemu funkcjonowania gospodarki polskiej w celu osiągnięcia równowagi rynkowej i zapewnienia wzrostu efektywności ekonomicznej przedsiębiorstw. W prezentowanym Zeszycie Naukowym zawierającym dziesięć artykułów nawiązuje się do problematyki efektywności handlu. Wychodzi się z założenia, że cele stawiane przed handlem jako działem gospodarki narodowej mogą być spełnione tylko w drodze właściwej w sensie ekonomicznym działalności przedsiębiorstw kształtujących efekty i ponoszących nakłady, czyli przez uzyskiwaną efektywność w skali mikroekonomicznej. Głównym zamierzeniem badawczym było rozpoznanie podstawowych uwarunkowań funkcjonowania przedsiębiorstw handlowych oraz określenie instrumentów oddziaływujących na poziom efektywności. W poszczególnych artykułach wskazano na następujące elementy otoczenia przedsiębiorstw handlowych: stopień zrównoważenia rynku, system zarządzania handlem, strukturę organizacyjną gospodarki. Podjęto także analizę wybranych wyznaczników efektywności przedsiębiorstw handlowych, takich jak: samodzielność decyzyjna, przedsiębiorczość, polityka zakupu, promocja. Zaprezentowano również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród absolwentów Akademii Ekonomicznej w Poznaniu na temat możliwości i warunków podnoszenia efektywności ekonomicznej przedsiębiorstw.

Przedstawione w Zeszycie Naukowym artykuły stanowią przyczynek do dyskusji nad pożądanymi kierunkami zmian systemowych, które mają doprowadzić do przebudowy stosunków ekonomicznych i stworzenia warunków do dynamicznej i efektywnej działalności przedsiębiorstw.