

SPIS TREŚCI

DETERMINANTY WZROSTU WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

Monika Bednarczyk – Zarządzanie wiedzą jako podstawa skutecznego konkurowania współczesnych przedsiębiorstw	9
Piotr Bober – Znaczenie informacji w procesie wyceny przedsiębiorstw sektora MSP	23
Edward Bodzek – Zarządzanie kapitałem ludzkim a wartość przedsiębiorstwa	39
Barbara Czerniachowicz – Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w organizacjach województwa zachodniopomorskiego	55
Leszek Czerwonka – Wpływ zainicjowania wypłaty dywidendy na cenę akcji spółki	67
Krzysztof Czyrka, Magdalena Byczkowska, Marcin Cywiński – Kultura organizacyjna, jako niepodzielna wartość rozwoju i wykorzystywania potencjału ludzkiego osób niepełnosprawnych w zakładach pracy chronionej (ZPCh)	87
Magdalena K. Gąsowska – Koszty logistyki we współczesnych procesach kreowania wartości	103
Anna Kaczmarek, Magdalena Byczkowska – Wiedza a innowacyjność przedsiębiorstw	117
Bogusław Kaczmarek – Uwagi o współczesnym zarządzaniu	131
Józef Komorowski, Hanna Mizgajska, Łukasz Wściubiak – Kapitał ludzki a aktywność innowacyjna małych i średnich przedsiębiorstw o zróżnicowanym zaawansowaniu technologicznym	143
Paweł Kosiń – Wybrane wskaźniki analizy kosztów w controllingu wartości przedsiębiorstwa	159
Edward Urbańczyk, Marek Kubik – Zmiana modelu zarządzania warunkiem rozwoju sektora samorządowego w Polsce	175
Mirosław Krajewski – Kierunki efektywnego zarządzania finansami w przedsiębiorstwach	187
Adrianna Lewandowska – Harmonizacja wartości wyrażonych przez misję w przedsiębiorstwach rodzinnych	197

Anna Linowska – Zarządzanie wartością kapitału ludzkiego	207
Grzegorz Mentel – Metody taksonomiczne w badaniach wskaźników strategicznych kapitału ludzkiego	225
Grażyna Michalczuk – Ochrona kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa	239
Magdalena Mikołajek-Gocejna – Wpływ wybranych informacji na wycenę rynku kapitałowego	259
Edyta Mioduchowska-Jaroszewicz – Cienka kapitalizacja a wyniki finansowe spółek powiązanych	277
Dariusz Nowak – Bariery rozwoju powiązań kooperacyjnych w ocenie polskich przedsiębiorstw	289
Barbara Olbrych – Wizerunek firmy jako element jej wartości	303
Robert Polaczek – Development and perception of the value of a small enterprise from the moment of its establishment.	321
Iwona Posadzińska – Powiązania sieciowe w systemie zakupów przemysłowych jako determinanta wzrostu wartości przedsiębiorstwa	331
Mirela Romanowska – Rola Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w rozwoju zasobów ludzkich	345
Piotr Siemiątkowski – Rozmiary dysproporcji w napływie bezpośrednich inwestycji zagranicznych na świecie	353
Paweł Skowron – Wartości niematerialne jako determinanty wartości przedsiębiorstwa	367
Janusz Soboń – Znaczenie gotowości człowieka do pracy we współczesnym świecie	385
Maciej Stradomski – Problem sukcesji i struktury organów w przedsiębiorstwach rodzinnych	401
Krzysztof Szewczak – Rzeczowy majątek trwały w strategii budowy wartości przedsiębiorstwa	413
Kamila Urbańska – Źródła wartości małych przedsiębiorstw	429
Michał Weyna – Rola współczesnego przywódcy w kształtowaniu kultury organizacyjnej przedsiębiorstw	445
Anna Wieczorek –Szymańska – Rozwój i doskonalenie kompetencji pracowników w organizacji uczącej się.	459

KLIENT W TWORZENIU WARTOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

Melania Bąk – Wyzwanie dla współczesnej rachunkowości – koszty klienta w przedsiębiorstwie	477
Malgorzata Chojnacka – Satysfakcja klienta i jej pomiar w procesie doskonalenia jakości w świetle badań empirycznych	491
Mieczysław Dietrich – Psychologia inwestowania na giełdzie we współczesnej gospodarce	507
Zbigniew Dylewski, Tomasz Kogucki – Degresywne trendy świadczenia usług transgranicznych w trybie (4) przez polskie przedsiębiorstwa	521
Malgorzata Kieźel, Anna Kwiecień – Zaufanie i lojalność klienta jako determinanty i składniki wartości przedsiębiorstwa na przykładzie sektora bankowości detalicznej	533
Barbara Dobiegała-Korona, Alicja Krzepicka – Orientacja na kapitał klienta w przedsiębiorstwach w Polsce	555
Marian Malicki, Zbigniew Dylewski – Struktura sektora usług transgranicznych w Polsce i Niemczech – analiza porównawcza.	573
Angelika Pabian – Student jako klient na rynku usług edukacyjnych szkolnictwa wyższego	583
Piotr Pawlukojć – Tradycyjne i nowoczesne koncepcje segmentacji rynku	603
Katarzyna Rupik – Zaangażowanie klienta w procesie marketingu w zarządzaniu wartością portfela klientów na rynku B2C	621
Ireneusz Rutkowski – Produkt jako nośnik wartości dla klienta w procesie wymiany	643
Marek Siwkowski, Józef Fraś – Pomiar satysfakcji klienta usług	665
Kamila Szymańska – Długoterminowe relacje z klientem jako źródło wartości i podstawa budowania lojalności widzów kin studyjnych	679
Elżbieta Weiss – Finansowanie przedsięwzięć innowacyjnych środkami unijnymi	697