

Spis treści

| | |
|---|----|
| Wstęp | 5 |
| Rozdział 1 | |
| Podstawy przedsiębiorczości – ujęcie teoretyczne | 7 |
| 1.1. Istota przedsiębiorczości | 7 |
| 1.2. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości organizacji | 11 |
| 1.3. Rozwój przedsiębiorczości w Polsce po roku 1990 i instrumenty jego wsparcia | 16 |
| Podsumowanie | 23 |
| Rozdział 2 | |
| Rodzaje przedsiębiorczości | 24 |
| 2.1. Przedsiębiorczość właścicieli i pracowników | 24 |
| 2.2. Przedsiębiorczość społeczna i publiczna | 28 |
| 2.3. Mikroprzedsiębiorczość, przedsiębiorczość rodzinna, technologiczna i międzynarodowa | 31 |
| Podsumowanie | 41 |
| Rozdział 3 | |
| Przedsiębiorczość w krajach Unii Europejskiej | 43 |
| 3.1. Jakość danych ilościowych dotyczących podmiotów gospodarczych | 43 |
| 3.2. Liczba podmiotów gospodarczych w Unii Europejskiej i jej zmiany | 45 |
| 3.3. Postawy przedsiębiorcze w krajach europejskich | 50 |
| Podsumowanie | 52 |
| Rozdział 4 | |
| Bariery funkcjonowania i rozwoju mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw | 54 |
| 4.1. Bariery funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw – aspekt teoretyczny | 54 |
| 4.2. Bariery funkcjonowania i rozwoju MSP w Polsce | 55 |
| 4.3. Bariery korzystania z funduszy strukturalnych przez MSP | 65 |
| Podsumowanie | 70 |

| | |
|---|------------|
| Rozdział 5 | |
| Działalność polskich MSP na rynku międzynarodowym – szanse i zagrożenia..... | 70 |
| 5.1. Specyfika funkcjonowania polskich MSP na rynku..... | 70 |
| 5.2. Strategie umiędzynaradawiania działalności polskich przedsiębiorstw | 73 |
| 5.3. Internacjonalizacja polskich MSP – ujęcie empiryczne..... | 76 |
| 5.4. Działalność polskich MSP na rynku UE | 83 |
| Podsumowanie | 87 |
| Rozdział 6 | |
| Znaczenie i rozwój koncepcji C2B w globalnych warunkach | |
| funkcjonowania przedsiębiorstw | 88 |
| 6.1. Istota globalnych warunków funkcjonowania firm..... | 88 |
| 6.2. Znaczenie związków C2B na tle pozostałych modeli relacji podmiotów gospodarczych..... | 90 |
| 6.3. Koncepcje rozwiązań opartych o relację C2B | 94 |
| 6.4. Koncepcja C2B a Consumer Relationship Management | 98 |
| Podsumowanie | 100 |
| Wnioski | 102 |
| Bibliografia | 104 |