

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
------------------------	---

Rozdział I

Małe i średnie firmy w systemie polskiej gospodarki	11
1.1. Podstawowe przyczyny rozwoju i cechy sektora małych i średnich przedsiębiorstw	11
1.2. Dynamika rozwoju i struktura przedsiębiorstw.	19
1.3. Udział sektora MSP w zatrudnieniu i przeciwdziałaniu bezrobociu	29
1.4. Wpływ małych i średnich przedsiębiorstw na rozwój regionu	33
1.5. Wybrane relacje ekonomiczne jako mierniki konkurencyjności sektora MSP.	37

Rozdział II

Konkurencyjność i strategie konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw	47
2.1. Pojęcie konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej	47
2.2. Źródła przewagi konkurencyjnej i instrumenty konkurencji.	58
2.3. Przekroje strukturalne strategii konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw	69
2.3.1. Ofensywne strategie przedsiębiorcze	70
2.3.2. Strategie ze względu na typ przewagi konkurencyjnej	72
2.3.3. Strategie ze względu na pozycję zajmowaną na rynku	78
2.3.4. Strategie z punktu widzenia zachowań konkurujących przedsiębiorstw	80
2.4. Proces kształtowania strategii konkurencji	84

Rozdział III

Marketingowe strategie konkurencji MSP	95
3.1. Wybór rynku docelowego jako podstawa kształtowania strategii marketingowych	95
3.2. Strategia produktu w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej	99
3.2.1. Strategie oparte na relacjach rynek-produkt	99
3.2.2. Planowanie i kształtowanie produktu-mix	102

3.2.3. Strategie w różnych fazach cyklu życia produktu	106
3.2.4. Wizerunek i marka	109
3.3. Strategie cenowe	113
3.3.1. Czynniki wpływające na decyzje cenowe przedsiębiorcy	113
3.3.2. Rodzaje strategii cenowych	118
3.4. Strategia promocji	123
3.4.1. Istota i cele systemu komunikacji marketingowej	123
3.4.2. Dobór instrumentów promocji	126
3.4.3. Etapy kształtowania strategii promocji	132
3.5. Strategia dystrybucji	135
3.5.1. Istota i czynniki wyboru kanałów marketingowych	135
3.5.2. Nowe rozwiązania w kanałach marketingowych i ich wpływ na konkurencyjność firmy	138
3.5.3. Logistyka dystrybucji	146

Rozdział IV

Uwarunkowania wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw

4.1. Proces globalizacji gospodarki a konkurencyjność MSP	149
4.2. Integracja europejska i jej skutki dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw	155
4.2.1. Główne założenia Układu Europejskiego regulujące działalność MSP	155
4.2.2. Przewidywane efekty integracji dla MSP	159
4.2.3. Zagrożenia i koszty związane z integracją europejską małych i średnich przedsiębiorstw	162
4.3. Warunki organizacyjne i techniczne wzrostu konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw	165
4.3.1. Integracja organizacyjna przedsiębiorstw	165
4.3.2. System informacji i promocji	170
4.3.3. Rozwój infrastruktury lokalnej	174
4.3.4. Technika, technologia i innowacyjność	176
4.4. Kapitał ludzki jako warunek konkurencyjności MSP	180
4.5. Warunki ekonomiczne konkurencyjności MSP	184
4.5.1. Własne zdolności akumulacyjne	184
4.5.2. Obciążenia podatkowe i fiskalne	191
4.5.3. Źródła zewnętrznego zasilania finansowego	194

Zakończenie	209
------------------------------	------------

Bibliografia	213
-------------------------------	------------

Spis tabel	221
-----------------------------	------------

Spis rycin	223
-----------------------------	------------