

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
1. Małe i średnie przedsiębiorstwa we współczesnej gospodarce	13
1.1. Ilościowe i jakościowe kryteria wyodrębniania wielkości przedsiębiorstw	13
1.2. Definiowanie małych i średnich przedsiębiorstw w wybranych krajach świata	16
1.2.1. Definicja MŚP w Unii Europejskiej	16
1.2.2. Definiowanie MŚP przez organizacje międzynarodowe	20
1.2.3. Klasyfikacje MŚP w Stanach Zjednoczonych, Japonii i Rosji	23
1.3. Rola małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce	25
1.3.1. Dyskurs historyczno-teoretyczny	25
1.3.2. MŚP a wzrost gospodarczy	30
1.3.3. MŚP a zatrudnienie	32
2. Motywy i instrumenty internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	36
2.1. Motywy internacjonalizacji przedsiębiorstw	36
2.2. Sposoby wejścia przedsiębiorstw na rynki zagraniczne	39
2.3. Wybór sposobu wejścia na rynek zagraniczny	46
2.4. Ocena stopnia internacjonalizacji przedsiębiorstw	46
3. Teorie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	50
3.1. Typologia teorii internacjonalizacji przedsiębiorstw	50
3.2. Modele etapowej internacjonalizacji	57
3.2.1. Założenia podejścia etapowego	57
3.2.2. Uppsalski model internacjonalizacji (U-model)	58
3.2.3. Krytyka modeli etapowych	60
3.3. Modele zasobowe	61
3.3.1. Podstawowe założenia	61
3.3.2. Zasobowo-sektorowy model internacjonalizacji MŚP	63
3.4. Internacjonalizacja MŚP poprzez sieci	66
3.4.1. Założenia podejścia sieciowego	66
3.4.2. Zrewidowany model uppsalski	68
3.4.3. Model czterech przypadków J. Johansona i L.-G. Mattssona	70

3.5. Holistyczne podejście do internacjonalizacji	72
3.5.1. Założenia koncepcji zintegrowanych	72
3.5.2. Model R. Fletchera	73
3.5.3. Model J. Bella, S. McNaughtona, S. Younga i D. Cricka	74
4. Przedsiębiorczość międzynarodowa jako nowy obszar badań w teorii internacjonalizacji	78
4.1. Istota i znaczenie przedsiębiorczości	78
4.2. Podejścia do przedsiębiorczości i kierunki badań nad przedsiębiorczością	81
4.3. Międzynarodowe badania komparatystyczne przedsiębiorczości	83
4.4. Pojęcie przedsiębiorczości międzynarodowej	87
4.5. Delimitacja obszaru badań szkoły przedsiębiorczości międzynarodowej	88
4.6. Ogólny model przedsiębiorczości międzynarodowej H. Etemada	91
4.7. Zintegrowany model przedsiębiorczości międzynarodowej S.A. Zahry i G. George'a	92
5. Strategie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	97
5.1. Pojęcie strategii w naukach ekonomicznych	97
5.2. Poziomy strategii, ich treść i rodzaje	98
5.2.1. Uwagi ogólne	98
5.2.2. Strategie podstawowe i ogólne strategie konkurencji	100
5.2.3. Strategie przedsiębiorcze	102
5.3. Typologia strategii internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	104
5.3.1. Uwagi ogólne	104
5.3.2. Strategie ze względu na ogólne dostosowanie	106
5.3.3. Strategie ze względu na orientację międzynarodową	108
5.3.4. Strategie ze względu na stopień integracji działań w skali międzynarodowej	111
5.3.5. Strategie ze względu na stopień geograficznej koncentracji i rozproszenia	115
5.3.6. Strategie w układzie produkt–rynek	116
5.4. Proces formułowania i realizacji strategii internacjonalizacji	117
6. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych	125
6.1. Pojęcie i kierunki rozwoju badań nad konkurencyjnością	125
6.2. Wybrane modele konkurencyjności	128
6.2.1. Modele konkurencyjności gospodarek	128
6.2.2. Modele konkurencyjności przedsiębiorstw	131
6.3. Metody i mierniki konkurencyjności	133
6.3.1. Pomiar konkurencyjności gospodarek	133
6.3.2. Pomiar konkurencyjności przedsiębiorstw	136
6.4. Czynniki konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw	138
6.5. Konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw a ich rozwój międzynarodowy	141

7. Kontekst europejski biznesu międzynarodowego w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw	145
7.1. Specyfika biznesu europejskiego	145
7.2. Charakterystyczne cechy zarządzania europejskiego	147
7.3. Swoistość marketingu europejskiego	150
7.4. Zjednoczeni w różnorodności	152
7.4.1. Znaczenie różnic kulturowych w biznesie	152
7.4.2. Mapa kultury przedsiębiorczości w Europie według J. Mole'a	153
7.4.3. Kulturowe modele zachowań w biznesie europejskim według R.R. Gestelanda	154
Zakończenie	158
Literatura	160