

Spis treści

CZĘŚĆ VI. ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORCZE 9

Rozdział 1. Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw na Pomorzu w świetle badań empirycznych
Nelly Daszkiewicz 11

Rozdział 2. Rola Internetu w internacjonalizacji i globalizacji małych i średnich przedsiębiorstw
Teresa Łuczka 23

Rozdział 3. Oddziaływanie szarej strefy na funkcjonowanie i wzrost małych i średnich przedsiębiorstw
Edward Stawasz 41

Rozdział 4. Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw
Iwona Otoła 55

Chapter 5. Self-Employment in Poland. Longitudinal Assessment 1988–2003
John E. Jackson, Bogdan W. Mach, Krystyna Poznańska 69

Rozdział 6. Istota i uwarunkowania zarządzania strategicznego w małych firmach
Andrzej Piotr Wiatrak 85

Rozdział 7. Analiza strategiczna w małych przedsiębiorstwach a proces globalizacji
Letycja Sołducho-Pelc 97

Rozdział 8. Strategie małych mistrzów w warunkach dysproporcji potencjałów
Łukasz Lutostański 109

Rozdział 9. Organizacja współpracy nauki z biznesem jako strategiczne wyzwanie początku XXI wieku <i>Krzysztof B. Matusiak</i>	123
Rozdział 10. Przedsiębiorstwo w strukturach klastrowych: innowacyjność, konkurencja i współpraca <i>Barbara Szymoniuk</i>	139
Rozdział 11. Współdziałanie gospodarcze małych i średnich przedsiębiorstw w sektorach tradycyjnych <i>Bogusław Plawgo, Magdalena Klimczuk</i>	153
Rozdział 12. Czynniki konkurencyjności przedsiębiorstw handlu detalicznego <i>Magdalena Małkowska-Borowczyk</i>	167
Rozdział 13. Perspektywy uczestnictwa małych i średnich przedsiębiorstw w rynku zamówień publicznych w świetle regulacji prawnych. Szanse i zagrożenia <i>Arkadiusz Borowiec</i>	179
Rozdział 14. Przedsiębiorczość pracowników a marketing wewnętrzny <i>Edyta Spodarczyk, Katarzyna Szelałowska-Rudzka</i>	191
Rozdział 15. Kształtowanie się potencjału przedsiębiorczego społeczności akademickiej na przykładzie uczelni technicznej <i>Jan Brzóska, Arkadiusz Szmal</i>	203
CZĘŚĆ VII. MODELE BIZNESOWE	213
Rozdział 1. Brak wzorca dla przedsiębiorstwa <i>Piotr Banaszyk</i>	215
Rozdział 2. Łańcuchy dostaw sterowane popytem konsumentów – jak wygrać kluczowe chwile prawdy w walce o klientów? <i>Krzysztof Rutkowski</i>	225

Chapter 3. Globalization and Health Care Services. Telemedicine and Medical Tourism <i>Jacek Klich</i>	241
Rozdział 4. Dynamika modeli biznesowych przedsiębiorstw energetycznych <i>Jan Brzóska</i>	257
Rozdział 5. Ewolucja modelu biznesowego usług logistycznych <i>Aleksandra Laskowska-Rutkowska</i>	273
Rozdział 6. Wpływ zmian w pomiarze dokonań przedsiębiorstwa na system informacyjny rachunkowości finansowej <i>Anna Karmańska</i>	283