

Spis treści

Wstęp	9
--------------------	----------

Rozdział 1

Uwarunkowania reakcji małych i średnich przedsiębiorstw na kryzys

– <i>Anna Skowronek-Mielczarek</i>	13
1.1. Wprowadzenie	13
1.2. Istota zewnętrznych uwarunkowań funkcjonowania oraz rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw	14
1.3. Zmiany sytuacji małych i średnich przedsiębiorstw w okresie spowolnienia gospodarczego	18
1.4. Bariery i zagrożenia w otoczeniu wpływające na funkcjonowanie oraz rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	25
1.5. Możliwości i szanse w otoczeniu wpływające na funkcjonowanie oraz rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	35
1.6. Działania dostosowawcze podejmowane w małych i średnich przedsiębiorstwach w okresie spowolnienia gospodarczego	45
1.7. Podsumowanie.....	50
Bibliografia	51

Rozdział 2

Wykorzystanie funduszy unijnych w małych i średnich przedsiębiorstwach

jako reakcja na kryzys – <i>Rafał Kasprzak</i>	53
2.1. Wprowadzenie	53
2.2. Istota polityki wspierania małych i średnich przedsiębiorstw w programach europejskich.....	54
2.3. Wykorzystanie środków finansowych z programów europejskich w małych i średnich przedsiębiorstwach.....	56
2.4. Wykorzystanie ofert instytucji otoczenia biznesu w małych i średnich przedsiębiorstwach.....	68
2.5. Podsumowanie.....	81
Bibliografia	83

Rozdział 3

Zachowania organizacyjne a innowacyjność małych i średnich

przedsiębiorstw w okresie kryzysu – Barbara Bojewska	85
3.1. Wprowadzenie	85
3.2. Ocena innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw jako rezultatu zachowań organizacyjnych	87
3.3. Zachowania organizacyjne menedżerów w kontekście innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw	99
3.4. Zachowania organizacyjne pracowników w kontekście innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw	112
3.5. Podsumowanie.....	119
Bibliografia	121

Rozdział 4

Technologie internetowe w małych i średnich przedsiębiorstwach

a ich reakcja na kryzys – Celina Sotek-Borowska	123
4.1. Wprowadzenie	123
4.2. Modele działań małych i średnich przedsiębiorstw w Internecie	125
4.3. Przychody z działalności tradycyjnej <i>versus</i> działalność w Internecie	128
4.4. Nowe technologie komunikacyjne wspierające rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	133
4.5. Obszary wykorzystania technologii internetowych w działalności małych i średnich przedsiębiorstw	146
4.6. Powody niekorzystania z rozwiązań internetowych	154
4.7. Podsumowanie.....	156
Bibliografia	158

Rozdział 5

Zmiany strategii marketingowych małych i średnich przedsiębiorstw

jako reakcja na kryzys – Katarzyna Bachnik	161
5.1. Wprowadzenie.....	161
5.2. Marketing w kryzysie.....	162
5.3. Podejście małych i średnich przedsiębiorstw w zakresie wprowadzania zmian w strategii marketingowej.....	167
5.4. Kierunek zmian podejmowanych w działalności marketingowej małych i średnich przedsiębiorstw	175

5.5. Wprowadzenie określonych rozwiązań do działalności marketingowej małych i średnich przedsiębiorstw	185
5.6. Podsumowanie	192
Bibliografia	196

Rozdział 6

Reakcja na kryzys małych i średnich przedsiębiorstw

w obszarze zarządzania strategicznego – Mirosław Jarosiński	199
6.1. Wprowadzenie	199
6.2. Definiowanie strategii w małych i średnich przedsiębiorstwach	200
6.3. Strategie produktowo-rynkowe małych i średnich przedsiębiorstw	204
6.4. Działania strategiczne podejmowane przez małe i średnie przedsiębiorstwa w okresie kryzysu i ich skuteczność	206
6.5. Strategie konkurencji w małych i średnich przedsiębiorstwach	220
6.6. Podsumowanie	235
Bibliografia	236

Rozdział 7

Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw jako reakcja na kryzys

– Marta Ziólkowska	237
7.1. Wprowadzenie	237
7.2. Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw – analiza poziomu i determinant	239
7.3. Formy współpracy małych i średnich przedsiębiorstw w okresie spowolnienia gospodarczego	255
7.4. Efekty i bariery współpracy małych i średnich przedsiębiorstw	261
7.5. Podsumowanie	269
Bibliografia	273

Załącznik	275
------------------------	------------