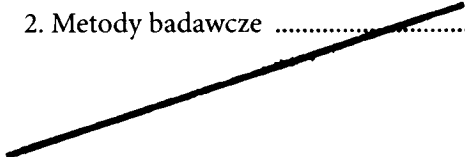


SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Część I. Funkcjonowanie pomocy unijnej	11
1. Rola konkurencyjności w Strategii lizbońskiej	11
2. Zakres i struktura programów pomocy unijnej	12
2.1. Cele polityki regionalnej Unii Europejskiej.....	12
2.2. Działanie 2.3 na tle pomocy unijnej dla przedsiębiorstw	14
2.3. Struktura dotacji w ramach Działania 2.3	18
2.4. Podstawowe uwarunkowania pomocy unijnej w ramach Działania 2.3	23
2.5. Niektóre błędy w przygotowaniu dokumentacji	30
2.6. Wsparcie dla MSP – Krajowy System Usług	32
3. Oceny programu „Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw” w świetle dotychczasowych badań	35
3.1. Badanie przedsiębiorców przeprowadzone przez SMG/KRC Poland	35
3.2. Badanie przeprowadzone przez ZBP	40
3.3. Wnioski z badań głównych organizacji MSP	44
3.3.1. Bariery zewnętrzne	45
3.3.2. Bariery powodowane przez samych przedsiębiorców	50
3.3.3. Podsumowanie raportu	51
3.4. Inne badania	53
3.5. Krytyczna analiza kryteriów oceny projektów	53
3.5.1. Uwagi do systemu oceny techniczno-ekonomicznej	53
3.5.2. Uwagi do systemu oceny merytorycznej	54
4. Kierunki upraszczania procedur	55
Część II. Marketing MSP w świetle badań	57
1. Cele projektu badawczego	57
2. Metody badawcze	58



3. Wyniki badania	60
3.1. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw	60
3.2. Efekty przewidywane w wyniku realizacji projektu	63
3.3. Produkty	66
3.4. Dystrybucja	68
3.5. Informacja i promocja	70
4. Podsumowanie i wnioski	72
Bibliografia	75
Załącznik 1. Tabelaryczne zestawienie danych z makiety badawczej biznesplanów przedsiębiorstw	78
Załącznik 2. Wykaz ważniejszych krajowych aktów prawnych	91
Załącznik 3. Wykaz ważniejszych unijnych aktów prawnych	94
Summary	96