

Spis treści

Wstęp.....	11
Rozdział 1. Istota i rola małych i średnich przedsiębiorstw w polskiej gospodarce	15
1.1. Definicja i cechy małych i średnich przedsiębiorstw.....	15
1.2. Wielkość i struktura sektora MSP w Polsce	18
1.3. Znaczenie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce	25
1.4. Bariery rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce	29
1.5. Wspieranie funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw przez Unię Europejską.....	33
Rozdział 2. Internacjonalizacja małych i średnich przedsiębiorstw ...	37
2.1. Pojęcie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	37
2.2. Teorie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	40
2.3. Strategie internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	44
2.4. Motywy internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	47
2.5. Stopień internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	51
Rozdział 3. Formy internacjonalizacji małych i średnich przedsiębiorstw	55
3.1. Eksport towarów i usług	55
3.2. Import bezpośredni.....	58

3.3. Obrót nakładczy, obrót uszlachetniający i obrót reparacyjny	59
3.4. Obrót licencyjny	61
3.5. Franchising	62
3.6. Bezpośrednie inwestycje zagraniczne	64
Rozdział 4. Międzynarodowa konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw	68
4.1. Konkurencyjność i przewaga konkurencyjna małych i średnich przedsiębiorstw	68
4.2. Rodzaje przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw	70
4.3. Źródła przewagi konkurencyjnej małych i średnich przedsiębiorstw	72
4.4. Konkurencyjność polskich małych i średnich przedsiębiorstw – wyniki badań	80
Rozdział 5. Badanie rynków zagranicznych przez małe i średnie przedsiębiorstwa	85
5.1. Istota badania rynków zagranicznych przez małe i średnie przedsiębiorstwa	85
5.2. Wybór rynku zagranicznego	88
5.3. Wybór zagranicznego partnera handlowego. Źródła informacji o potencjalnych kontrahentach	96
Rozdział 6. Przygotowanie i zawarcie transakcji w handlu zagranicznym przez małe i średnie przedsiębiorstwa	108
6.1. Pojęcie i przebieg transakcji w handlu zagranicznym	108
6.2. Podstawowe rodzaje transakcji stosowanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa w handlu zagranicznym	111
6.3. Zapytanie ofertowe, oferta i zamówienie w handlu zagranicznym	112
6.4. Sposoby i miejsce zawierania umów w handlu zagranicznym przez małe i średnie przedsiębiorstwa	115
6.5. Negocjacje handlowe	116

Rozdział 7. Kontrakt i jego rola w transakcji handlu

zagranicznego	121
7.1. Definicja kontraktu.....	121
7.2. Obowiązki i prawa stron kontraktu.....	122
7.3. Elementy kontraktu.....	123
7.4. Międzynarodowe formuły handlowe Incoterms 2000....	131
7.5. Podstawowe dokumenty handlowe	137

Rozdział 8. Zarządzanie marką przez małe i średnie

przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych.....	143
8.1. Definicja i znaczenie marki	143
8.2. Nazwa marki i slogan marketingowy.....	146
8.3. Proces tworzenia marki przez małe i średnie przedsiębiorstwa	148
8.4. Model rozwoju marek w przedsiębiorstwach z sektora MSP	151
8.5. Praktyczne aspekty zarządzania markami przez polskie małe i średnie przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych	155

Rozdział 9. Polityka jakości produktów w przedsiębiorstwach sektora MSP i standardy jakościowe na rynkach

zagranicznych	161
9.1. Znaczenie jakości produktów w małych i średnich przedsiębiorstwach.....	161
9.2. Polityka jakości. System zarządzania jakością w małych i średnich przedsiębiorstwach.....	162
9.3. Jednolity Rynek unijny	165
9.4. Standardy jakościowe i dostęp do rynku rosyjskiego.....	172
9.5. Standardy jakościowe obowiązujące na terytorium Republiki Białorusi.....	177

Rozdział 10. Formy wspierania eksporterów z sektora MSP.....

10.1. Założenia dotyczące wspierania przedsiębiorstw z sektora MSP w Unii Europejskiej	181
10.2. Program Marketingu Narodowego Polski	182
10.3. Program dotacji dla przedsiębiorców wyłącznie z sektora MSP na dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatu wyrobu	184

10.4. Realizacja branżowych projektów promocyjnych dotyczących eksportu	186
10.5. Udział małych i średnich przedsiębiorstw w zagranicznych targach i wystawach	188
10.6. Udział małych i średnich przedsiębiorstw w wyjazdowych misjach gospodarczych związanych z udziałem w targach lub wystawach za granicą	189
10.7. Konkursy promujące polskie przedsiębiorstwa i marki w Polsce i na świecie.....	190
Rozdział 11. Rozliczanie transakcji handlu zagranicznego.....	195
11.1. Infrastruktura do realizacji rozliczeń międzynarodowych	195
11.2. Klasyfikacja rozliczeń międzynarodowych.....	198
11.3. Nieuwarunkowane sposoby rozliczeń	200
11.4. Uwarunkowane sposoby rozliczeń	201
11.5. Podstawowe instrumenty zapłaty w handlu zagranicznym	206
Rozdział 12. Zabezpieczenie płatności w handlu zagranicznym przez banki i instytucje ubezpieczeniowe.....	212
12.1. Bankowe formy zabezpieczenia zapłaty w handlu zagranicznym.....	212
12.2. Ubezpieczenie należności eksportowych	216
12.3. Windykacja należności z zagranicy	219
Rozdział 13. Cło w obrocie towarowym z zagranicą.....	222
13.1. Regulacje celne Unii Europejskiej.....	222
13.2. Zgłoszenie celne	224
13.3. Procedury celne.....	226
13.4. Unijny system sprawozdawczości statystycznej INTRASTAT	229
Rozdział 14. Spedycja i transport towarów w obrocie zagranicznym małych i średnich przedsiębiorstw	232
14.1. Rola spedytora w handlu zagranicznym	232
14.2. Przebieg procesu spedycyjnego	235
14.3. Wybór właściwego środka transportu w handlu zagranicznym	236

14.4. Przewóz ładunków handlu zagranicznego transportem morskim	237
14.5. Przewozy towarów z wykorzystaniem międzynarodowego transportu samochodowego.....	240
14.6. Międzynarodowe przewozy kolejowe.....	241
14.7. Międzynarodowy transport lotniczy	243
Rozdział 15. Ryzyko i ubezpieczenia w transakcjach handlu zagranicznego	245
15.1. Pojęcie i rodzaje ryzyka w międzynarodowych transakcjach handlowych	245
15.2. Metody eliminacji lub ograniczania ryzyka.....	247
15.3. Ubezpieczenie ładunków w transporcie morskim	248
15.4. Ubezpieczenie ładunków w lądowym transporcie międzynarodowym	251
15.5. Jednorazowe i ramowe umowy ubezpieczenia ładunków.....	253
Rozdział 16. Reklamacje i postępowanie arbitrażowe w międzynarodowym obrocie gospodarczym.....	256
16.1. Pojęcie reklamacji i ich rodzaje	256
16.2. Załatwianie reklamacji przez eksporterów i importerów	259
16.3. Rozstrzyganie sporów w postępowaniu arbitrażowym ...	261
Rozdział 17. VAT i akcyza w obrocie handlowym z zagranicą	264
17.1. Podatek VAT w eksporcie i wewnątrzwspólnotowej dostawie towarów	264
17.2. Podatek VAT w imporcie i wewnątrzwspólnotowym nabyciu towarów	267
17.3. Akcyza w transakcjach zagranicznych	270
Bibliografia.....	274