

SPIS TREŚCI

	Str.
Wprowadzenie	5
Rozdział I. Przedsiębiorczość w polityce rozwoju regionalnego	9
1.1. Regionalność w Strategii Lizbońskiej	9
1.2. Kooperacja regionalna a rozwój małych i średnich przedsiębiorstw	19
Rozdział II. Ogólna charakterystyka konkurencyjności jako przejawu przedsiębiorczości regionalnej	31
2.1. Główne wyzwania dla partnerów gospodarki regionalnej	31
2.2. Uwarunkowania rozwoju konkurencyjności – odniesienia do Unii Europejskiej i Strategii Lizbońskiej – związki regionalne	40
Rozdział III. Rozwój działań przedsiębiorczych na rynkach lokalnych	46
3.1. Relacje pomiędzy regionalną a lokalną skalą działania	46
3.2. Czynniki warunkujące rozwój lokalny i konkurencyjność gminy	54
3.3. Aktywność przedsiębiorcza jako czynnik rozwoju lokalnego	65
3.4. Ekonomiczne uwarunkowania działań przedsiębiorczych	70
3.4.1. Ekonomiczne wspieranie przedsiębiorczości skierowane do przedsiębiorstw	70
3.4.2. Działania samorządów terytorialnych dla rozwoju gospodarczego rynków lokalnych	75
3.5. Pozaekonomiczne uwarunkowania działań przedsiębiorczych na rynkach lokalnych	79
Rozdział IV. Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości	87
4.1. Instrumenty stosowane przez gminy dla pobudzenia lokalnej przedsiębiorczości	87
4.2. Zaangażowanie gmin w rozwój przedsiębiorczości i kierunki podejmowanych przez nie działań stymulacyjnych w opiniach przedsiębiorców	94
4.3. Skutki podejmowanych przez gminy działań pobudzających aktywność gospodarczą w opiniach przedsiębiorców	97
4.4. Rozwój lokalnej przedsiębiorczości w ocenie gmin	102

Rozdział V. Działania promocyjne gmin jako stymulator wzrostu ich konkurencyjności	105
5.1. Znaczenie promocji w rozwoju lokalnym	105
5.2. Struktura i zakres prowadzonych działań promocyjnych	113
5.3. Bariery ograniczające stosowanie działań promocyjnych i próby ich przezwyciężenia	124
5.4. Wpływ promocji na konkurencyjność gmin w opiniach przedstawicieli gmin	128
5.5. Promocja gminy a rozwój lokalny w opinii przedsiębiorców	132
5.6. Działalność promocyjna gminy i jej rezultaty w opinii przedsiębiorców	137
Rozdział VI. Partnerstwo jako stymulator rozwoju rynku lokalnego	149
6.1. Relacje przedsiębiorstwo – samorząd	149
6.2. Współdziałanie przedsiębiorstw na lokalnym rynku	157
6.3. Współpraca przedsiębiorstw z różnymi podmiotami gospodarczymi i instytucjami wspierającymi przedsiębiorców	161
6.4. Znaczenie klastra dla rozwoju rynku lokalnego	166
6.5. Formy współpracy jednostek samorządu terytorialnego	170
Rozdział VII. Wsparcie przedsiębiorczości na poziomie regionalnym	174
7.1. Programy Unii Europejskiej i polskiego rządu – pomoc dla małych i średnich przedsiębiorstw	174
7.2. Wykorzystanie wsparcia rozwoju w małych i średnich przedsiębiorstwach	195
Bibliografia	207