

Spis treści

Wstęp	11
-------------	----

Część 1. Istota i uwarunkowania przedsiębiorczości

1. Przedsiębiorca – przedsiębiorstwo – przedsiębiorczość – <i>Roman Sobiecki</i>	15
1.1. Przedsiębiorca jako podmiot i animator działalności gospodarczej	15
1.2. Współczesne przedsiębiorstwo – istota, funkcje i determinanty rozwoju ..	18
1.3. Przedsiębiorczość w nauce i praktyce gospodarczej	24
1.4. Specyfika przedsiębiorczości indywidualnej	30
2. Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości – <i>Halina Kałuża</i>	35
2.1. Państwo jako kreator wsparcia rozwoju przedsiębiorczości	36
2.2. Rola samorządu terytorialnego w rozwoju przedsiębiorczości	41
3. Fundusze UE jako źródło wsparcia rozwoju przedsiębiorczości	45
3.1. Pojęcie pomocy publicznej dla przedsiębiorców – <i>Wiesław Czyżowicz,</i> <i>Jarosław Wierzbicki, Aleksander Werner</i>	45
3.2. Zasady udzielania pomocy publicznej – <i>Wiesław Czyżowicz,</i> <i>Jarosław Wierzbicki, Aleksander Werner</i>	48
3.3. Narzędzia, zakres i zasady pomocy dla MSP – <i>Magdalena Typa</i>	52
3.4. Programy realizowane w Polsce – <i>Magdalena Typa</i>	56
3.5. Programy realizowane przez Komisję Europejską – <i>Magdalena Typa</i>	63
4. Regionalne i lokalne uwarunkowania rozwoju MSP	
– <i>Hanna Godlewska-Majkowska</i>	65
4.1. Uwarunkowania lokalne i regionalne postaw przedsiębiorczych	66
4.2. Lokalne i regionalne determinanty rozwoju MSP	72
4.3. Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw	76
Bibliografia	83

Część 2. Procedury założenia i uruchomienia przedsiębiorstwa w Polsce

1. Podstawy prawne prowadzenia działalności gospodarczej – <i>Halina Kałuża</i> ...	89
2. Wybrane formy prawno-organizacyjne przedsiębiorstw – <i>Halina Kałuża</i>	97
3. Procedura zakładania przedsiębiorstwa – <i>Halina Kałuża</i>	105
4. Biznesplan – na przykładzie małej firmy – <i>Lucyna Kowalczyk</i>	115
4.1. Pojęcie i funkcje biznesplanu	115
4.2. Źródła informacji niezbędnych do opracowania biznesplanu	117
4.3. Procedura formułowania biznesplanu	119
4.4. Struktura biznesplanu	128

5. Źródła finansowania nowego przedsięwzięcia – <i>Jacek Grzywacz</i>	139
5.1. Możliwe źródła pozyskiwania kapitału	139
5.2. Kredyt jako podstawowe źródło kapitału obcego.	142
5.2.1. Istota kredytu i jego rodzaje	142
5.2.2. Procedura kredytowa a dostępność kredytu	146
5.2.3. Zabezpieczenia kredytowe	150
5.2.4. Kredyt w praktyce gospodarczej	153
5.2.5. Leasing w przedsiębiorstwie	156
5.2.6. Charakterystyka porównawcza kredytu i leasingu.	160
5.2.7. <i>Venture capital</i>	162
6. Organizacja systemu finansowo-księgowego – <i>Gertruda Świdarska,</i> <i>Mariusz Karwowski</i>	167
6.1. Formy systemu finansowo-księgowego	169
6.2. Formy opodatkowania przedsiębiorców	181
Bibliografia	190

Część 3. Praktyka zarządzania w małych przedsiębiorstwach – wybrane zagadnienia

1. Zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami – <i>Krystyna Poznańska</i> ...	195
1.1. Specyfika zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach	195
1.2. Zarządzanie strategiczne w małych i średnich przedsiębiorstwach	200
1.3. Strategie rozwoju i konkurencji małych i średnich przedsiębiorstw.	202
2. Zatrudnienie, czas pracy, motywowanie w małej firmie – <i>Irena Lichniak</i>	207
2.1. Samozatrudnienie	207
2.2. Niepracownicze formy zatrudnienia	211
2.3. Zatrudnienie pracownicze	214
2.4. Organizacja czasu pracy. Motywowanie	219
3. Analiza finansowa małej firmy – <i>Irena Lichniak</i>	227
3.1. Treść i zakres analizy finansowej	227
3.2. Wewnętrzna analiza finansowa	229
3.3. Zewnętrzna analiza finansowa	237
4. Dylematy zarządzania firmą rodzinną – <i>Halina Kałuża</i>	245
5. Źródła sukcesu i przyczyny zagrożenia upadłością małych i średnich firm – w świetle badań empirycznych – <i>Beata Żelazko</i>	253
6. Nowoczesne metody i technologie w zarządzaniu – <i>Piotr Piekarczyński,</i> <i>Andrzej Wodecki</i>	265
6.1. Wyszukiwanie informacji – <i>Andrzej Wodecki</i>	265
6.2. Agregacja i porządkowanie informacji – <i>Andrzej Wodecki</i>	267
6.3. Komunikacja i praca grupowa – <i>Piotr Piekarczyński, Andrzej Wodecki</i>	268
6.4. Systemy wspomagające zarządzanie firmą – <i>Piotr Piekarczyński,</i> <i>Andrzej Wodecki</i>	272
6.5. Systemy wspomagające sprzedaż – <i>Piotr Piekarczyński</i>	280

6.6. Efektywne techniki promocji małych i średnich firm w internecie	
– <i>Piotr Piekarczyński</i>	281
Bibliografia	288
 Aneks	
Załącznik 1	293
Załącznik 2	303
Słowniczek	321