

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1	
Przedsiębiorczość w rozwoju społeczno-gospodarczym	11
1.1. Istota przedsiębiorczości oraz jej rodzaje	11
1.2. Mikroekonomiczne uwarunkowania przedsiębiorczości i jej znaczenie w rozwoju przedsiębiorstwa	19
1.3. Makroekonomiczne uwarunkowania przedsiębiorczości i jej znaczenie w rozwoju społeczno-gospodarczym	26
1.4. Zależności między przedsiębiorczością, wzrostem gospodarczym i rozwojem społeczno-gospodarczym	34
Rozdział 2	
Przedsiębiorczość przedsiębiorstwa jako podstawowy element budowania zdolności konkurencyjnej	44
2.1. Pojęcie przedsiębiorczości przedsiębiorstwa	44
2.2. Relacje między przedsiębiorczością, działalnością innowacyjną a zdolnością konkurencyjną przedsiębiorstwa	53
2.3. Strategiczny charakter przedsiębiorczości w ujęciu kluczowych celów strategicznych przedsiębiorstwa	65
Rozdział 3	
Wpływ działalności innowacyjnej na przedsiębiorczość i zdolność konkurencyjną przedsiębiorstwa	77
3.1. Istota innowacji i innowacyjności	77
3.2. Uwarunkowania działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa	83
3.3. Zintegrowane modele działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa	91
3.4. Polityka innowacyjna państwa wobec wyzwań globalizacji	102
Rozdział 4	
Pomiar przedsiębiorczości i jej znaczenie w budowaniu zdolności konkurencyjnej przedsiębiorstwa	110
4.1. Składniki potencjału przedsiębiorczości w strukturze przedsiębiorstwa	110
4.2. Syntetyczny miernik przedsiębiorczości przedsiębiorstwa – ujęcie autorskie	118

4.3. Kapitał intelektualny a poziom przedsiębiorczości przedsiębiorstwa	123
4.4. Miernik przedsiębiorczości przedsiębiorstwa w obszarze innowacji – ujęcie autorskie	132

Rozdział 5

Przedsiębiorczość polskich małych

i średnich przedsiębiorstw – badania własne	143
5.1. Metodologia badania przedsiębiorczości polskich przedsiębiorstw	143
5.2. Syntetyczny miernik przedsiębiorczości polskich przedsiębiorstw – wyniki	146
5.3. Przedsiębiorczość polskich przedsiębiorstw w obszarze innowacji – wyniki	152
5.4. Potencjał przedsiębiorczości badanych przedsiębiorstw	162
5.5. Konfrontacja wyników przeprowadzonych badań własnych w świetle dostępnych wyników badań wtórnych	168

Rozdział 6

Społeczny wymiar przedsiębiorczości jako

strategiczny kierunek rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa	179
6.1. Społeczna odpowiedzialność i jej znaczenie w strategii działania przedsiębiorstwa	179
6.2. Społeczny wymiar przedsiębiorczości a zdolność konkurencyjna przedsiębiorstwa	194
6.3. Koncepcja pomiaru przedsiębiorczości przedsiębiorstwa w obszarze działań prospołecznych	203
6.4. Społeczna odpowiedzialność polskich przedsiębiorstw – próba oceny	218

Wnioski	226
---------------	-----

Bibliografia	236
--------------------	-----

Załączniki	255
------------------	-----

Spis rysunków	263
---------------------	-----

Spis tabel	265
------------------	-----

Wykaz wzorów	267
--------------------	-----