

SPIS TREŚCI

| | |
|---|-----------|
| WSTĘP | 7 |
| Rozdział 1 | |
| UWARUNKOWANIA EURORYNKU JAKO PONADNARODOWE OTOCZENIE FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTW | 9 |
| Wprowadzenie..... | 9 |
| 1.1. Otoczenie polityczno-prawne | 11 |
| 1.2. Otoczenie ekonomiczne | 15 |
| 1.3. Otoczenie społeczno-kulturowe | 26 |
| 1.4. Otoczenie technologiczne | 41 |
| 1.5. Otoczenie naturalne | 47 |
| Podsumowanie..... | 50 |
| Rozdział 2 | |
| UWARUNKOWANIA FUNKCJONOWANIA POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW NA PODSTAWIE DANYCH WTÓRNYCH..... | 52 |
| Wprowadzenie..... | 52 |
| 2.1. Wpływ otoczenia na działalność przedsiębiorstw na rynku – ujęcie teoretyczne..... | 53 |
| 2.1.1. Wymiary i elementy otoczenia | 53 |
| 2.1.2. Cechy współczesnego otoczenia..... | 56 |
| 2.1.3. Trendy elementów otoczenia | 59 |
| 2.1.4. Uwarunkowania postępowania konsumentów i producentów | 61 |
| 2.1.5. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstw | 63 |
| 2.2. Krajowe uwarunkowania funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku na podstawie badań wtórnych | 65 |
| 2.2.1. Otoczenie polityczno-prawne..... | 65 |
| 2.2.2. Otoczenie instytucjonalne biznesu | 79 |
| 2.2.3. Otoczenie ekonomiczne | 85 |
| 2.2.4. Otoczenie społeczno-kulturowe..... | 102 |
| 2.2.5. Otoczenie technologiczne..... | 119 |
| 2.2.6. Uwarunkowania naturalne | 134 |

| | |
|---|------------|
| Rozdział 3 | |
| UWARUNKOWANIA A OPCJE STRATEGICZNE POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW NA PODSTAWIE BADAŃ PIERWOTNYCH | 141 |
| Wprowadzenie..... | 141 |
| 3.1. Metodologia badania bezpośredniego | 142 |
| 3.2. Charakterystyka badanych podmiotów | 143 |
| 3.3. Kluczowe czynniki otoczenia i procesy wpływające na sytuację polskich przedsiębiorstw w opinii zarządzających nimi menedżerów | 146 |
| 3.3.1. System prawno-polityczny | 147 |
| 3.3.2. Czynniki makroekonomiczne | 158 |
| 3.3.3. Czynniki otoczenia społeczno-demograficznego | 167 |
| 3.3.4. Otoczenie geograficzne i infrastrukturalne | 171 |
| 3.3.5. Czynniki technologiczne | 174 |
| 3.4. Czynniki otoczenia rynkowego badanych przedsiębiorstw | 176 |
| 3.5. Określenie pozycji zajmowanej na rynku przez badane przedsiębiorstwa..... | 187 |
| 3.6. Determinizm otoczenia a nominalne pozycje strategiczne badanych przedsiębiorstw | 190 |
| 3.7. Wybory strategiczne przedsiębiorstw w kontekście zajmowanej pozycji rynkowej..... | 203 |
| LITERATURA | 221 |
| SPIS RYSUNKÓW..... | 227 |
| SPIS TABEL | 229 |