

Opis

Rozwój globalizacji postawił przed przedsiębiorstwami szczególne wyzwania. Osiągnięcie międzynarodowej konkurencyjności stało się konieczne nie tylko dla firm chcących internacjonalizować swą działalność, ale także dla tych, które pragną osiągać sukcesy na rynkach rodzimych, na których są obecne wysokokonkurencyjne produkty przedsiębiorstw zagranicznych. W książce podjęto próbę odpowiedzi na odwieczne pytanie, które zadają sobie przedsiębiorstwa - co należy zrobić, żeby się dynamicznie rozwijać w skali rynku krajowego i międzynarodowego, oraz na jakie czynniki konkurencyjności trzeba zwrócić szczególną uwagę. Intensywność konkurencji w dobie globalizacji sprawia bowiem, że nie wystarczy już tylko dobre zarządzanie i określenie, które czynniki konkurencyjności są istotne, lecz konieczne się staje określenie ich pożądanых cech oraz konfiguracji. Dlatego, bazując na polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu, na renomowanych badaniach empirycznych przedsiębiorstw zagranicznych oraz na własnych badaniach empirycznych przeprowadzonych na dynamicznie rosnących polskich przedsiębiorstwach, autor wskazuje, które czynniki związane z działalnością przedsiębiorstwa są kluczowe dla jego rozwoju, które cechy tych czynników mają istotne znaczenie dla konkurencyjności oraz na co należy zwrócić szczególną uwagę w celu wprowadzenia przedsiębiorstwa na ścieżkę dynamicznego wzrostu.

Spis treści

Wstęp

ROZDZIAŁ 1 Kluczowe czynniki konkurencyjności przedsiębiorstw.

- 1.1. Kluczowe czynniki zwiększające efektywność gospodarowania zawarte w teoriach zarządzania
- 1.2. Konkurencyjność przedsiębiorstw - pojęcie i cechy charakterystyczne
- 1.3. Zewnętrzne determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw
 - 1.3.1. Makroekonomiczne determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw
 - 1.3.2. Mezoekonomiczne determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw
- 1.4. Wewnętrzne determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw
 - 1.4.1. Zasobowe źródła przewagi konkurencyjnej
 - 1.4.2. Czynniki strategiczne
- 1.5. Podsumowanie

ROZDZIAŁ 2

Determinanty konkurencyjności w badaniach przedsiębiorstw zagranicznych

- 2.1. Badania doskonałych przedsiębiorstw Toma Petersa i Roberta Watermana
 - 2.1.1. Kultura motywacji - orientacja na działanie
 - 2.1.2. Zorientowanie całej firmy na sprzedaż
 - 2.1.3. Innowacje - autonomia i przedsiębiorczość
 - 2.1.4. Koncentracja na swojej domenie
 - 2.1.5. Płaska struktura organizacyjna
 - 2.1.6. Podsumowanie badań T. Petersa i R. Watermana
- 2.2. Badania nieznanych mistrzów Hermana Simona.
 - 2.2.1. Jasne i ambitne cele
 - 2.2.2. Wąskie definiowanie rynku
 - 2.2.3. Internacjonalizacja kluczem do wzrostu
 - 2.2.4. Bliski kontakt z klientem
 - 2.2.5. Organizacja pracy nieznanych mistrzów

- 2.2.6. Wysoka innowacyjność
- 2.2.7. Strategia koncentracji na niszy w skali globalnej
- 2.2.8. Zorientowanie kultury firmy na wyniki
- 2.2.9. Wysokie zaangażowanie naczelnego kierownictwa
- 2.2.10. Podsumowanie badań H. Simona
- 2.3. Badania wielkich przedsiębiorstw Jima Collinsa
- 2.3.1. Lider poziomu 5
- 2.3.2. Umiejętny dobór pracowników
- 2.3.3. Stawianie czoła prawdzie
- 2.3.4. Kultura firmy - transparentność i pełne zaangażowanie pracowników.
- 2.3.5. Strategia - prostota i koncentracja
- 2.3.6. Innowacje i nowoczesne technologie jako konsekwencja celów firmy.
- 2.3.7. Podsumowanie badań J. Collinsa
- 2.4. Badania przełomowych przedsiębiorstw Keitha McFarlanda
- 2.4.1. Demokratyczny lider
- 2.4.2. Wzrost poprzez ryzykowne decyzje rozwojowe
- 2.4.3. Dynamika przewagi konkurencyjnej
- 2.4.4. Przedsiębiorcza kultura organizacji
- 2.4.5. Ośrodki doradcze w firmie i poza nią
- 2.4.6. Ustalone procedury kryzysowe
- 2.4.7. Wspólne tworzenie strategii
- 2.4.8. Podsumowanie badań K. McFarlanda
- 2.5. Różnice i podobieństwa badań przedsiębiorstw zagranicznych
- 2.6. Synteza kluczowych czynników konkurencyjności zidentyfikowanych w badaniach przedsiębiorstw zagranicznych
- 2.6.1. Zasoby ludzkie i ich cechy
- 2.6.2. Czynniki organizacyjne i ich cechy
- 2.6.3. Czynniki strategiczne i ich cechy
- 2.7. Porównanie kluczowych czynników konkurencyjności wynikających z teorii zarządzania i z badań przedsiębiorstw zagranicznych
- 2.8. Model ponadprzeciętnego wzrostu przedsiębiorstw zagranicznych
- 2.9. Podsumowanie

ROZDZIAŁ 3

Kluczowe czynniki konkurencyjności polskich przedsiębiorstw - badania empiryczne

- 3.1. Przedmiot analizy, zakres tematyczny i cele badawcze
- 3.2. Dobór próby i metodyka badań
- 3.3. Charakterystyka próby
- 3.4. Wyniki badań empirycznych
- 3.4.1. Definicja rynku
- 3.4.2. Zasobowe źródła konkurencyjności
- 3.4.3. Model biznesu
- 3.4.4. Cel strategiczny
- 3.4.5. Strategia
- 3.4.6. Przewaga konkurencyjna
- 3.4.7. Wzrost
- 3.4.8. Innowacyjność
- 3.4.9. Internacjonalizacja
- 3.4.10. Klient
- 3.5. Zestawienie kluczowych czynników konkurencyjności polskich przedsiębiorstw

- 3.6. Porównanie kluczowych czynników konkurencyjności wyodrębnionych na podstawie badań empirycznych polskich przedsiębiorstw i na podstawie teorii zarządzania
 - 3.7. Porównanie kluczowych czynników konkurencyjności wyodrębnionych na podstawie badań empirycznych polskich przedsiębiorstw i badań przedsiębiorstw zagranicznych
 - 3.8. Model polskich przedsiębiorstw szybko rosnących
 - 3.9. Podobieństwa modelu polskich przedsiębiorstw szybko rosnących i modelu ponadprzeciętnego wzrostu przedsiębiorstw zagranicznych
 - 3.10. Różnice między modelem polskich przedsiębiorstw szybko rosnących a modelem ponadprzeciętnego wzrostu przedsiębiorstw zagranicznych
 - 3.11. Podsumowanie
- Wnioski
- Bibliografia
- Spis tabel, schematów, modeli i wykresów
- Spis tabel
- Spis schematów
- Spis modeli
- Spis wykresów