

Spis treści

Przedmowa do wydania polskiego	7
Przedmowa	9
0. Konkurencja oparta na skali: nowa przewaga konkurencyjna .	13
1. Określenie profilu skali firmy	23
2. Określenie profilu wzrostu wobec punktu odniesienia	41
3. Weryfikacja kierunku wzrostu	55
4. Wykorzystanie unikatowych możliwości wzrostu	75
5. Zastosowanie właściwych ścieżek wzrostu	105
6. Dostosowanie struktury organizacyjnej	121
7. Analiza przypadków konkurencji opartej na skali – opracowania współautorów	151
8. Wyznaczanie kodu transformacji firmy za pomocą sześciangu wzrostu	359
Źródła	367
Noty biograficzne osób, które przyczyniły się do powstania niniejszej publikacji	369

Analiza przypadków	151
------------------------------	-----

Branże w fazie otwarcia cyklu koncentracji

Neumann, Weiß, Kalpič:	Firmy użyteczności publicznej – analiza branży	152
Burgers, van Hall:	Ubezpieczenia – analiza branży	171
Prieto, Fanjul:	Budownictwo – analiza branży	185
Kwiatkowski, Ingielewicz:	Usługi medyczne – analiza przypadku	
	Medicover	196
Kwiatkowski, Rey:	PZU – analiza przypadku	218

Branże w fazie skali cyklu koncentracji

Sonnenschein, Hastenteufel:	Telekomunikacja – analiza przypadku	
	Deutsche Telekom	229
Rings, Pohl:	Chemikalia – analiza przypadku firmy Altana	247
Van der Oord, Tasić:	Sprzedaż detaliczna produktów spożywczych	
	– analiza przypadku Delta	260
Leijnse:	Sprzedaż detaliczna produktów spożywczych	
	– analiza przypadku Ahold	271
Warschun, Salditt:	Biura podróży, domy towarowe i sprzedaż	
	detaliczna odzieży – analiza przypadku	
	Arcandor	283
Kwiatkowski, Łuczak:	Branża informatyczna – analiza przypadku	
	Comarch	296
Kwiatkowski, Turek:	Usługi logistyczne – analiza branży	309

Branże w fazie konsolidacji cyklu koncentracji

Aurik, Žibret:	Branża kawowa – analiza przypadku Illy	321
Mayer, Haubensak, Frettlöhr:	Dostawcy branży motoryzacyjnej	
	– analiza przypadku Peguform	334
Kwiatkowski, Lewe,	Rafinacja ropy naftowej i sprzedaż detaliczna	
Freienstein:	paliw – analiza przypadku PKN ORLEN	345