

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
1. Wnioskowanie przez analogię w podejmowaniu decyzji strategicznych	23
1.1. Charakterystyka decyzji zarządczych	23
1.2. Problemy źle ustrukturalizowane a zarządzanie strategiczne	27
1.3. Znaczenie analogii w ujęciu historycznym	28
1.4. Rola analogii w podejmowaniu decyzji	31
1.4.1. Współczesny zakres badań	31
1.4.2. Teoria odwzorowania struktur	34
1.4.3. Ograniczenia i możliwości	37
1.5. Analogia w zarządzaniu strategicznym	38
1.5.1. Dylematy strategiczne w przedsiębiorstwie	38
1.5.2. Aspekty psychologiczne w decyzjach zarządczych	40
1.5.3. Teoria analogii w zarządzaniu strategicznym	44
1.5.4. Analogia jako uniwersalne narzędzie w zarządzaniu	49
2. Podejmowanie decyzji strategicznych w małych i średnich przedsiębiorstwach	51
2.1. Specyfika zarządzanie strategicznego w MŚP	51
2.2. Studia przypadków	55
2.2.1. Studium przypadku E-znajomi	56
2.2.2. Studium przypadku One-2-One	61
2.2.3. Studium przypadku Lycos	66
2.2.4. Wnioski z badań studiów przypadku	69
2.3. Problemy wnioskowania przez analogię	74
2.3.1. Analogia modelu i podobieństwo	74
2.3.2. Niebezpieczeństwa imitacji	75
2.4. Krytyka użycia analogii w zarządzaniu strategicznym	76

3. Model wspomagania decyzji strategicznych	81
3.1. Systemy informatyczne w decyzjach strategicznych	81
3.1.1. Wspomaganie decyzji źle ustrukturalizowanych	81
3.1.2. Wybrane problemy sztucznej inteligencji	83
3.1.3. Systemy wnioskujące na podstawie podobieństwa	86
3.2. Teoretyczny model wnioskowania na podstawie podobieństwa	90
3.3. Informatyczny system wspomagania decyzji strategicznych	93
3.3.1. Opis sytemu	93
3.3.2. Ontologia przedsiębiorstwa	95
3.3.3. Cykl wnioskowania	100
4. Badania empiryczne w zakresie podejmowania decyzji strategicznych w MŚP	105
4.1. Cel i zakres badania	105
4.2. Charakterystyka grupy badawczej	106
4.2.1. Badane przedsiębiorstwa	106
4.2.2. Badani zarządzający	111
4.3. Badania ilościowe	113
4.3.1. Badanie opinii o źródłach decyzji strategicznych	113
4.3.2. Badanie użycia analogii w decyzjach strategicznych	118
4.3.3. Ewaluacja sytemu Strategos	121
4.3.4. Niepewność a zachowania strategiczne	124
4.3.5. Wnioski z badań ilościowych	128
4.4. Badania jakościowe	129
4.4.1. Opinie o roli analogii w decyzjach strategicznych	130
4.4.2. Analogia w decyzjach strategicznych – analiza SWOT	132
4.4.3. Wnioski z badań jakościowych	138
Zakończenie	139
Załącznik 1. Problem złożoności w naukowym badaniu przedsiębiorstwa	143
Załącznik 2. Ankieta badawcza oraz struktura przypadku w systemie Strategos	149
Załącznik 3. Wytyczne metodyczne: „Jak racjonalnie odwoływać się do analogii w podejmowaniu decyzji strategicznych” ?	155
Załącznik 4. Studium przypadku Circut City: „Rozwiązanie w poszukiwaniu problemu”	157
Bibliografia	161