

Spis treści

Przedmowa.....	9
-----------------------	----------

Rozdział 1

Czym jest strategia firmy?	13
Na targowisku koncepcji i pojęć	13
Zmienna natura strategii	17

Rozdział 2

Emocje, idee i decyzje.....	25
Marzenia i pasje	25
Na początku jest hipoteza	33
Kluczowe wybory, czyli gazy, ciecze i stany stałe.....	39
Inercja i wykluczenie.....	44

Rozdział 3

Dyscyplina wdrażania strategii	47
Kto jest decydentem?	47
Nadawanie sensu zmianom w otoczeniu – zasada zawiasa.....	51
Definiowanie granic firmy – zasada terytorium.....	62
Granice geograficzne	64
Granice rynku	65
Granice produktów i usług.....	67
Granice technologii dystrybucji	70
Cele i priorytety – zasada minimum	78
Logika celów strategicznych	82
Priorytety, priorytety, priorytety	90
Model biznesowy firmy – zasada koperty	96

Zasoby strategiczne	97
Kluczowe kompetencje.....	100
Łańcuch wartości.....	103
<i>Model Operatora</i>	104
<i>Model Integratora</i>	107
<i>Model Dyrygenta</i>	111
Podsumowanie	117

Rozdział 4

Efekt pasji i dyscypliny – przewaga konkurencyjna	119
Teorie przewagi konkurencyjnej	121
Przewaga jako tworzenie i przechwytywanie wartości	121
Zasobowa teoria przewagi konkurencyjnej	126
Przewaga konkurencyjna a efektywność firmy.....	128
Problem zależności przewagi od zasobów i kompetencji firmy.....	132
Praktyka przewagi konkurencyjnej	134
Przewaga naturalna	135
Przewaga relacji ceny i różnicowania	138
Przewaga systemu obsługi i oferowania rozwiązań	141
Budowanie barier wejścia	145
Co powinno się znaleźć w strategii firmy	149
Orientacja firmy	150
Źródła przewagi konkurencyjnej	158
Słowa są ważne.....	163

Rozdział 5

Niezmienne cechy strategii	165
Trudna prostota	166
Wewnętrzna spójność	177
Zewnętrzna spójność	188
Stałe wyzwanie.....	199

Rozdział 6**Firma w dryfie – inercja, gry organizacyjne****i niepewni liderzy 203**

Inercja, czyli dlaczego firmy nie zawracają w miejscu 204

Gry o władzę i zasoby 212

Niepewni liderzy 218

Przypisy 223