

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
CZĘŚĆ I. MIĘDZY MODELEM A TEORIĄ – BAZOWY ŁAŃCUCH WARTOŚCI	11
1. Odwzorowanie przedsiębiorstwa – bazowy model łańcucha wartości	14
Elementy łańcucha wartości – działania i marża	15
Relacje – powiązania pomiędzy działaniami	23
Graficzna ilustracja	26
2. Analiza łańcucha wartości	29
Koszty działań	30
Źródła dyferencjacji	32
Strukturalne determinanty	34
3. Łańcuch wartości jako teoria	36
Cechy konstytutywne	37
Twierdzenia	38
Dyfuzja łańcucha wartości jako teorii zarządzania	40
CZĘŚĆ II. OPERACJONALIZACJA ŁAŃCUCHA WARTOŚCI	45
1. Istota i kryteria operacjonalizacji	48
Total Quality Management (TQM)	49
Business Process Reengineering	52
Lean Management	53
Activity Based Management	55
Outsourcing	57
Podsumowanie	60

2. Procesowe modele łańcucha wartości	63
Wzór Klasyfikacji Procesów	66
Ogólny Model Łańcucha Wartości	74
Modele sytuacyjne – procedura identyfikacji	76

3. Nurt operacyjny – podsumowanie i perspektywy	80
--	----

CZĘŚĆ III. PRZEZ POZYCJONOWANIE DO PRZEDSIĘBIORSTWA SIECIOWEGO – STRATEGICZNE ZASTOSOWANIA ŁAŃCUCHA WARTOŚCI	85
---	----

1. Kryteria wyodrębniania nurtu strategicznego	88
---	----

2. Wewnętrzne źródła przewagi konkurencyjnej	90
Propozycje bazowe optymalizacji i koordynacji	91
Strategie alternatywne	92

3. Pozycjonowanie w systemie wartości	93
Tworzenie wartości a przechwytywanie wartości – strefa zysku	97

4. Zarządzanie systemem wartości	99
Modele operatora, integratora, dyrygenta	100
Organizacja sieciowa – współtworzenie wartości	102

5. Nurt strategiczny – istota, tendencje rozwojowe	106
---	-----

UWAGI KOŃCOWE	111
----------------------	-----

BIBLIOGRAFIA	115
---------------------	-----

SPIS TABEL	123
-------------------	-----

SPIS SCHEMATÓW	123
-----------------------	-----

SPIS WYKRESÓW	124
----------------------	-----