

Spis treści

Izabela Kołodkiewicz, Łukasz Lutostański

Rozdział I Dlaczego mali mistrzowie?	9
1.1. Inspiracja i tło badań	9
1.2. Założenia metodologiczne badań	15
Cel badań	15
Metodologia badań	15
1.3. Kim są mali mistrzowie?	19
Charakterystyka małych mistrzów	20
Rynki działania małych mistrzów	21
1.4. Uwagi końcowe	22

Izabela Kołodkiewicz, Łukasz Lutostański

Rozdział II Mali mistrzowie — praktyka działania	25
11.1. Mali mistrzowie - gracze krajowi	25
Śląskie Burgery - 300 oczek barowej sieci	25
Coś dla Ciała S.A. - Współpraca sprzyja rozwojowi i sukcesom	31
Grupa Tele-Mobilnej Dystrybucji (GT&MD) S.A. - Sprzedać mogę wszystko	38
Kawa z Duszą - Pomysł i upór przede wszystkim.....	45
Programista S.A. - Otwartość na wiedzę	51
Novum S.A. - Przebojem na rynek	60
Faktoria Telemarketingowa Sp. z o.o. - Granice poświęcenia	69
Audytor Sp. z o.o. - Ryzykować? Ale tylko z doświadczeniem	74
Regionalne Centrum Mikrofirmansów (RCM) - Na ściernisku powstał bank	81
Pear Sp. z o.o. - Wszystko zawdzięczamy konkurencji	85
11.2. Mali mistrzowie - gracze europejscy	91
Modna Łazienka S.A. - Zawsze być pierwszym	91
Skarpetkowy Świat Sp. z o.o. - Skarpetki z klasą	99

Być Trendy Sp. z o.o. - W drodze na szczyt	103
MoniLux S.A. - Rozpoznawaj potrzeby, bądź elastyczny, dbaj o dystrybucję	110
Modny Koń - Z pasji do koni	117
II.3. Mali mistrzowie - gracze globalni	125
Książkowy Sezam Sp. z o.o. - Elikzir sukcesu - doświadczenie i nowoczesne technologie	125
Lab S.A. - Od monopolisty do małego mistrza	132
Global Mobile Standard (GMS) Sp. z o.o. - Silna wola walki	140
Magnetyczne narzędzia Sp. z o.o. - Dziś nie można być tylko inżynierem	145
Numeromechanika - Mistrz nigdy nie odpoczywa	151
Automatyka i Integracja Sp. z o.o.- Wąska branża, ale działania globalne	158

Izabela Kotadkiewicz

Rozdział III Konkurencyjność małych mistrzów	165
111.1. Pozycja konkurencyjna małych mistrzów	166
111.2. Kluczowe cechy lidera	168
111.3. Przewagi konkurencyjne małych mistrzów	171
111.4. Podsumowanie	176

Łukasz Lutostański

Rozdział IV Strategie małych mistrzów	179
IV.1. Unikalność strategii małych firm	179
IV.2. Pokonać Goliata	180
IV.3. Logika wyboru strategii i jej kształt - koncepcja Bawara i Frosta	182
IV.4. Strategie defensywne - spryciarze i obrońcy nisz	184
Spryciarze - taktyka czy strategia?	184
Obrońcy nisz (Defenders)	186
IV.5. Strategie ekspansywne	189
Wojownicy rynków masowych	189
Lekceważenie konkurencji czy świadomość własnej siły?	192
Wojownicy nisz	193
Expander - koncentracja na ekspansji	194
IV.6. Proces formułowania strategii w firmach małych mistrzów	199
A jednak planują	199
Cele i wizje małych mistrzów	200
Stopień formalizacji strategii a horyzont czasowy	203
Lider a proces powstawania strategii	204
IV.7. Podsumowanie	207
Jeszcze raz o metodologii	207

Nisze i specjalizacja małych mistrzów	207
Logika wyboru strategii małych mistrzów w kontekście koncepcji Dawara i Frosta .	208

Izabela Kołodkiewicz

Rozdział V Mali mistrzowie a nadzór korporacyjny	211
V.1. Nadzór korporacyjny w małych i średnich przedsiębiorstwach - zarys problematyki	211
V.2. Podejmowanie decyzji - jednowładztwo czy kolegalność?	213
V.3. Rada nadzorcza - konieczność czy wartość dodana?	217
Rada nadzorcza - wymóg prawa	218
Rada nadzorcza - kreator dodatkowej wartości	220
Rada rodzinna - praktyka działania	225
Problem kontynuacji - transfer zarządzania	227
V.4. Jak nie rada nadzorcza - to co? Wewnętrzne mechanizmy kontroli . . .	229
V.5. Podsumowanie	230

Izabela Kołodkiewicz

Rozdział VI Recepta na sukces, czyli rekomendacje małych mistrzów	233
---	-----

Bibliografia	241
--------------------	-----