

Spis treści

Wstęp	9
1. Determinanty strategii przedsiębiorstw	13
Miejsce strategii w działaniach przedsiębiorstw	13
Pojęcie strategii	13
Podstawowe poziomy zarządzania w działaniu przedsiębiorstw	18
Wrażliwość przedsiębiorstw na zmiany jako kryterium wyodrębnienia strategii	34
Ogólna charakterystyka strategii zmian	34
Strategie rozwoju	38
Strategie stabilizacji	45
Strategie wycofania się	47
Strategia marketingowa jako przykład zintegrowanej strategii zmian	50

2. Miejsce dywersyfikacji w strategiach przedsiębiorstw	61
Charakterystyka strategii dywersyfikacji	61
Modele rozwoju przedsiębiorstwa i wynikające z nich alternatywne strategie rozwojowe	61
Strategia koncentracji	75
Definicja i rodzaje strategii dywersyfikacji	83
Źródła finansowania strategii dywersyfikacji	98
Dywersyfikacja opierająca się na zasobach wewnętrznych	98
Dywersyfikacja opierająca się na fuzjach i akwizycjach	101
 3. Metody portfelowe jako narzędzia alokacji zasobów w strategii dywersyfikacji	 105
Systematyka narzędzi alokacji zasobów w strategii dywersyfikacji	105
Metody portfelowe jako uniwersalne narzędzia alokacji na różnych poziomach zarządzania	109
Modele opierające się na cyklu życia produktu lub przemysłu	110
Modele opierające się na pozycji konkurencyjnej	121
Modele mieszane	126
Kształtowanie równowagi portfela w strategii dywersyfikacji	137
Wykorzystanie narzędzi finansowych w decyzjach alokacyjnych przedsiębiorstw	141
Uwarunkowania wykorzystania metod finansowych w decyzjach alokacyjnych	141
Metody alokacji zwiększające wartość księgową przedsiębiorstw	148
Metody alokacji zwiększające wartość rynkową przedsiębiorstw	164

4. Aspekty finansowe strategii dywersyfikacji	171
Sposoby pomiaru skali dywersyfikacji przedsiębiorstwa	171
Miary opierające się na kodach statystycznych przemysłu	173
Miary opierające się na subiektywnej ocenie stopnia zależności	176
Porównanie miar dywersyfikacji opierających się na kodach SIC i metodzie subiektywnej Rumelta	183
Inne narzędzia umożliwiające dywersyfikację	190
Ryzyko towarzyszące decyzjom kształtowania portfela	202
Ryzyko w wyborze strategii działania	202
Podstawowe rodzaje ryzyka	207
Finansowe teorie budowy portfela inwestycyjnego	213
Możliwość adaptacji modeli finansowych w tworzeniu portfela SJB	220
Ogólny model budowy portfela produktowego z uwzględnieniem ryzyka	229
Pozostałe wybrane aspekty finansowe i rynkowe strategii dywersyfikacji	242
Tempo wzrostu sprzedaży w strategii dywersyfikacji	242
Wpływ struktury kosztów na wybór strategii dywersyfikacji	250
Udział w rynku i rentowność działalności a strategia dywersyfikacji	257
Bibliografia	263