

***Strategie rozwoju przedsiębiorstw
nowe spojrzenie***
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska

Spis treści

Wstęp

1. Ambidexterity jako koncepcja rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa

1.1. Istota współczesnej strategii przedsiębiorstwa

1.2. Pojęcie, sposoby i poziomy ambidexterity w organizacji

1.3. Przegląd badań nad ambidexterity w zarządzaniu strategicznym

1.4. Wybory strategiczne przedsiębiorstw z perspektywy ambidexterity

1.5. Podsumowanie

2. Antecedencje wyboru strategii ambidexterity a efektywność jej realizacji

2.1. Niepewność otoczenia

2.2. Uwarunkowania wewnątrzorganizacyjne

2.2.1. Uwarunkowania zasobowe

2.2.2. Uwarunkowania strukturalne

2.2.3. Kontekst organizacyjny

2.2.4. Wielkość i wiek przedsiębiorstwa

2.3. Przywództwo strategiczne

2.4. Ambidexterity a efektywność przedsiębiorstwa

2.5. Podsumowanie

3. Metodyka badań

3.1. Cel, zakres i metoda badań empirycznych

3.1.1. Badania pilotażowe

3.1.2. Dobór próby

3.1.3. Obciążenia i ograniczenia badań empirycznych

3.2. Model badawczy i pomiar zmiennych

3.2.1. Strategia rozwoju przedsiębiorstwa z perspektywy ambidexterity

3.2.2. Antecedencje wyboru strategii

3.2.3. Efekty z realizacji strategii — efektywność przedsiębiorstwa

3.3. Miary i narzędzia analizy statystycznej

3.4. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

3.5. Podsumowanie

- 4. Strategia ambidexterity w ujęciu empirycznym — wyniki badań
 - 4.1. Strategie rozwoju badanych przedsiębiorstw
 - 4.2. Antecedencje i efektywność realizacji strategii badanych firm
 - 4.3. Związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy wyborem strategii ambidexterity, jej uwarunkowaniami i efektywnością
 - 4.4. Dyskusja wyników badań i implikacje menedżerskie
 - 4.5. Podsumowanie

Zakończenie

Załącznik — kwestionariusz ankiety

Spis rysunków

Spis tablic

Bibliografia