

Spis treści

Wstęp	11
Rozdział I. Koncepcja integracji produktowo-usługowej	17
1.1. Geneza idei integracji produktowo-usługowej.....	17
1.2. Integracja produktowo-usługowa – zarys pojęciowy	27
1.3. Typy usług świadczonych przez przedsiębiorstwa wytwórcze	44
1.4. Modele integracji produktowo-usługowej w przedsiębiorstwie wytwórczym	51
Rozdział II. Determinanty integracji produktowo-usługowej	69
2.1. Korzyści i bariery integracji produktowo-usługowej	69
2.2. Czynniki sukcesu w procesie integracji produktowo-usługowej	75
2.3. Przyczyny niepowodzeń w procesie integracji produktowo-usługowej	84
Rozdział III. Rola analizy strategicznej w procesie integracji produktowo-usługowej.....	93
3.1. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie w kontekście integracji produktowo-usługowej	93
3.2. Analiza strategiczna integracji produktowo-usługowej	102
3.3. Sprzężenie analizy strategicznej z etapami projektowania i wdrażania strategii integracji produktowo-usługowej	114
Rozdział IV. Integracja produktowo-usługowa na rynku maszynowym w Polsce – wyniki badań	141
4.1. Charakterystyka metodyki badawczej.....	141
Etap 1. Sformułowanie pytań i celów badawczych.....	142

Etap 2. Zaprojektowanie narzędzia badawczego do badania ilościowego.....	144
Etap 3. Dobór próby badawczej	144
Etap 4. Realizacja badań ilościowych.....	146
Etap 5. Zaprojektowanie badań jakościowych.....	146
Etap 6. Przeprowadzenie wywiadów pogłębionych	147
Etap 7. Opracowanie wyników badań	148
Etap 8. Opracowanie rekomendacji na potrzeby metodyki analizy strategicznej	150
4.2. Charakterystyka próby badawczej	150
4.3. Zakres i skala procesów serwicyzacji w polskich przedsiębiorstwach branży maszynowej	156
4.4. Ocena stosowania metod analizy strategicznej w badanych przedsiębiorstwach w kontekście procesów serwicyzacji.....	170
4.5. Determinanty serwicyzacji przedsiębiorstw wytwórczych	189
Rozdział V. Metodyka analizy strategicznej ukierunkowanej na budowanie strategii integracji produktowo-usługowej.....	207
5.1. Założenia metodyki analizy strategicznej na potrzeby integracji produktowo-usługowej	207
5.2. Metodyka analizy strategicznej integracji produktowo-usługowej	209
Etap wstępny. Ocena dotychczasowego poziomu serwicyzacji działalności przedsiębiorstwa	211
Etap 1. Diagnoza makrootoczenia: identyfikacja i ocena wpływu i kierunku rozwoju czynników o charakterze makroekonomicznym.....	213
Etap 2. Analiza otoczenia konkurencyjnego	225
Etap 3. Analiza wymagań oraz cyklu aktywności klienta	227

Etap 4. Analiza możliwości w zakresie budowy sieci partnerskich	231
Etap 5. Analiza celów, planów i strategii organizacji	234
Etap 6. Analiza oferty produktowej i jej potencjału w zakresie usług.....	234
Etap 7. Analiza zasobów niematerialnych organizacji oraz uwarunkowań techniczno-organizacyjnych	237
Etap 8. Badanie organizacji pod kątem określenia typu kultury organizacyjnej	242
Etap 9. Podsumowanie wyników analiz	246
Zakończenie	251
Bibliografia	257
Spis tabel	281
Spis rysunków	285
Załączniki	289
Załącznik nr 1. Przykładowa mapa strategii na potrzeby serwicyzacji opracowana dla przedsiębiorstw sektora wytwórczego	290
Załącznik nr 2. Kwestionariusz ankiety.....	291
Załącznik nr 3. Scenariusz wywiadu pogłębionego z ekspertami	301
Summary	309