

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
1. ISTOTA STRATEGII RYNKOWYCH	9
1.1. Pojęcie strategii i zakres analizy strategicznej	9
1.2. Podstawowe rodzaje strategii rynkowych	19
1.3. Istota zarządzania strategicznego	28
2. CHARAKTERYSTYKA SEKTORA TRANSPORTU	33
2.1. Pojęcie rynek usług transportowych	33
2.2. Struktura podmiotowa rynku	36
2.3. Infrastruktura transportu	38
2.4. Przewozy pasażerów i ładunków	46
2.5. Transport w sektorze transportowo-spedycyjno-logistycz- nym	51
3. KONKURENCJA W SEKTORZE TRANSPORTU	59
3.1. Pojęcie konkurencja	59
3.2. Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstwa	61
3.3. Czynniki przewagi konkurencyjnej	84
4. MODEL KSZTAŁTOWANIA STRATEGII PRZEDSIĘ- BIORSTW SPEDYCYJNYCH	87
4.1. Założenia modelowe do strategii przedsiębiorstw sped- ycyjnych	87
4.2. Współczesne czynniki konkurencyjności polskich sped- torów	93

4.3. Wybór strategii dla przedsiębiorstw tak zwanej spedycji czystej	99
4.4. Wybór strategii dla przedsiębiorstw tak zwanej spedycji mieszanej	102
5. WPŁYW GLOBALIZACJI NA ZACHOWANIA STRA- TEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTW TRANSPORTOWYCH	107
5.1. Oddziaływanie współczesnych megatrendów na rynek usług transportowych	107
5.2. Założenia do budowy strategii globalnej przedsiębiorstwa transportowego	113
6. ZACHOWANIA STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTW KOLEJOWYCH – <i>BENCHMARKING</i>	119
6.1. Strategie rynkowe kolei w przewozach osób	119
6.2. Strategie rynkowe kolei w przewozach ładunków	126
7. STRATEGIE PROEKOLOGICZNE PRZEDSIĘBIORSTW TRANSPORTU SAMOCHODOWEGO	135
7.1. Idea zrównoważonego rozwoju a działalność transportu ...	135
7.2. Proekologiczne strategie zachodnioeuropejskich przewoź- ników samochodowych	138
BIBLIOGRAFIA	147
SPIS TABEL I RYSUNKÓW	153