

## Περιεχόμενα

Λίγα λόγια για τους συγγραφείς	18
Πρόλογος	21
<b>1</b> Εισαγωγή στη στρατηγική	25
1.1 Εισαγωγή	26
1.1.1 Γιατί <i>Πολύπλευρη</i> διερεύνηση;	27
1.2 Τι σημαίνει στρατηγική;	28
1.2.1 Ορισμός της στρατηγικής	28
1.2.2 Ο σκοπός της στρατηγικής: Αποστολή, όραμα, αξίες και στόχοι	32
1.2.3 Δηλώσεις στρατηγικής	33
1.2.4 Επίπεδα στρατηγικής	35
1.3 Το μοντέλο της <i>Πολύπλευρης διερεύνησης</i>	36
1.3.1 Στρατηγική τοποθέτηση	37
1.3.2 Στρατηγικές επιλογές	38
1.3.3 Στρατηγική στην πράξη	39
1.4 Εκπόνηση στρατηγικής	41
1.5 Μελετώντας τη στρατηγική	42
1.6 Περαιτέρω διερεύνηση της στρατηγικής	45
1.6.1 Διερεύνηση της στρατηγικής σε διαφορετικά πλαίσια	45
1.6.2 Διερεύνηση της στρατηγικής μέσω διαφορετικών «πρισμάτων στρατηγικής»	47
Περίληψη	47
Εργασίες	48
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	48
Βιβλιογραφικές αναφορές	49
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Η άνοδος ενός μονόκερου: Airbnb</i>	50

## ΜΕΡΟΣ I

### Στρατηγική τοποθέτηση

55

Εισαγωγή στο Μέρος I	56
<b>2</b> Μακροπεριβαλλοντική ανάλυση	59
2.1 Εισαγωγή	60
2.2 Ανάλυση PESTEL	61
2.2.1 Πολιτικοί παράγοντες	62
2.2.2 Οικονομικοί παράγοντες	65
2.2.3 Κοινωνικοί παράγοντες	66
2.2.4 Τεχνολογικοί παράγοντες	68
2.2.5 Οικολογικοί παράγοντες	71
2.2.6 Νομικοί παράγοντες	72
2.2.7 Βασικοί παράγοντες που ωθούν σε αλλαγή	74

2.3	Διαμόρφωση προγνώσεων	75
2.3.1	Προγνωστικές προσεγγίσεις	75
2.3.2	Κατευθύνσεις αλλαγής	76
2.4	Ανάλυση σεναρίων	77
	Περίληψη	81
	Εργασίες	82
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	82
	Βιβλιογραφικές αναφορές	82
	Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Alibaba: Ο κροκόδειλος του ποταμού Γιανγκτσέ</i>	84
<b>3</b>	<b>Ανάλυση επιχειρηματικού κλάδου και τομέα</b>	<b>89</b>
3.1	Εισαγωγή	90
3.2	Ανάλυση επιχειρηματικού κλάδου	91
3.2.1	Προσδιορισμός του επιχειρηματικού κλάδου	92
3.2.2	Οι ανταγωνιστικές δυνάμεις	93
3.2.3	Συμπληρωματικές επιχειρήσεις και επιδράσεις δικτύου	98
3.2.4	Οι συνέπειες των πέντε ανταγωνιστικών δυνάμεων	100
3.3	Τύποι και δυναμική επιχειρηματικών κλάδων	102
3.3.1	Τύποι επιχειρηματικών κλάδων	102
3.3.2	Δυναμική κλαδικών δομών	104
3.4	Ανταγωνιστές και αγορές	108
3.4.1	Στρατηγικές ομάδες	108
3.4.2	Τμήματα αγοράς	110
3.4.3	Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας και «Γαλάζιοι Ωκεανοί»	112
3.5	Ευκαιρίες και απειλές	113
	Περίληψη	115
	Εργασίες	115
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	116
	Βιβλιογραφικές αναφορές	116
	Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Οι δυνάμεις που αλλάζουν το παιχνίδι και η παγκόσμια βιομηχανία της διαφήμισης</i>	118
<b>4</b>	<b>Ανάλυση πόρων και ικανοτήτων</b>	<b>123</b>
4.1	Εισαγωγή	124
4.2	Θεμελιώδεις αρχές των πόρων και των ικανοτήτων	125
4.2.1	Πόροι και ικανότητες	125
4.2.2	Οριακοί και διακριτοί πόροι και ικανότητες	127
4.3	Οι διακριτοί πόροι και ικανότητες ως βάση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	128
4.3.1	V – αξία πόρων και ικανοτήτων (value)	128
4.3.2	R – σπανιότητα (rarity)	129
4.3.3	I – αδυναμία μίμησης (inimitability)	129
4.3.4	O – οργανωτική στήριξη (organisational support)	133
4.4	Ανάλυση πόρων και ικανοτήτων	133
4.4.1	Ανάλυση VRIO	133
4.4.2	Η αλυσίδα και το σύστημα αξίας	134
4.4.3	Συστήματα δραστηριότητας	139
4.4.4	Συγκριτική αξιολόγηση	141
4.4.5	SWOT	142
4.5	Δυναμικές ικανότητες	146

Περίληψη	150
Εργασίες	151
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	151
Βιβλιογραφικές αναφορές	152
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Rocket Internet – θα μιμηθούν τον μιμητή;</i>	155
<b>5</b> Ενδιαφερόμενα μέρη και διακυβέρνηση	159
5.1 Εισαγωγή	160
5.2 Ενδιαφερόμενα μέρη	161
5.2.1 Ομάδες ενδιαφερόμενων μερών	161
5.2.2 Χαρτογράφηση ενδιαφερόμενων μερών	164
5.2.3 Ισχύς	164
5.2.4 Ιδιοκτήτες	167
5.3 Εταιρική διακυβέρνηση	169
5.3.1 Η αλυσίδα διακυβέρνησης	169
5.3.2 Διαφορετικά μοντέλα διακυβέρνησης	172
5.3.3 Επιρροή των διοικητικών συμβουλίων στη στρατηγική	175
5.4 Κοινωνική ευθύνη	176
Περίληψη	181
Εργασίες	181
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	182
Βιβλιογραφικές αναφορές	182
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Η Petrobras και οι σαύρες</i>	184
<b>6</b> Ιστορία και κουλτούρα	187
6.1 Εισαγωγή	188
6.2 Ιστορία και στρατηγική	189
6.2.1 Ιστορικές σχέσεις	189
6.2.2 Ιστορική ανάλυση	191
6.3 Κουλτούρα και στρατηγική	193
6.3.1 Κουλτούρες βάσει γεωγραφικής τοποθεσίας	194
6.3.2 Οργανωσιακά πεδία	195
6.3.3 Οργανωσιακή κουλτούρα	197
6.3.4 Η επιρροή της κουλτούρας στη στρατηγική	199
6.3.5 Αναλύοντας την κουλτούρα: Ιστός κουλτούρας	200
6.3.6 Διεξαγωγή ανάλυσης της κουλτούρας	202
6.4 Στρατηγική διολίσθηση	205
Περίληψη	209
Εργασίες	209
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	210
Βιβλιογραφικές αναφορές	210
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Η Uber και το ubermensch</i>	212
Σχολιαστική ενότητα Μέρους Ι: Πρίσματα στρατηγικής	215
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Πώς χαράσσει στρατηγική η Facebook;</i>	226

**ΜΕΡΟΣ II****Στρατηγικές επιλογές**

231

Εισαγωγή στο Μέρος II	232
<b>7</b> Επιχειρηματική στρατηγική και μοντέλα	235
7.1 Εισαγωγή	236
7.2 Γενικές ανταγωνιστικές στρατηγικές	237
7.2.1 Στρατηγική ηγεσίας κόστους	238
7.2.2 Στρατηγική διαφοροποίησης	242
7.2.3 Στρατηγική εστίασης	243
7.2.4 Υβριδική στρατηγική	245
7.2.5 Το στρατηγικό ρολόι	246
7.3 Διαδραστικές στρατηγικές	248
7.3.1 Διαδραστικές στρατηγικές τιμών και ποιότητας	248
7.3.2 Η θεωρία παιγνίων	251
7.4 Επιχειρηματικά μοντέλα	254
7.4.1 Δημιουργία, διαμόρφωση και κάρπωση αξίας	256
7.4.2 Μοτίβα επιχειρηματικών μοντέλων	257
7.4.3 Πολύπλευρες πλατφόρμες	258
Περίληψη	261
Εργασίες	262
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	262
Βιβλιογραφικές αναφορές	263
Παράδειγμα περίπτωσης: Η προσέγγιση της IKEA	264
<b>8</b> Εταιρική στρατηγική	269
8.1 Εισαγωγή	270
8.2 Οι κατευθύνσεις της στρατηγικής	271
8.2.1 Διείσδυση στην αγορά	272
8.2.2 Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών	274
8.2.3 Ανάπτυξη της αγοράς	275
8.2.4 Ασυσχέτιστη διαφοροποίηση	275
8.3 Παράγοντες που ωθούν σε διαφοροποίηση	277
8.4 Διαφοροποίηση και απόδοση	279
8.5 Κάθετη ολοκλήρωση	280
8.5.1 Προς τα εμπρός και προς τα πίσω ολοκλήρωση	280
8.5.2 Ολοκλήρωση ή ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες;	281
8.5.3 Αποεπένδυση	283
8.6 Δημιουργία αξίας και μητρική εταιρεία	284
8.6.1 Δραστηριότητες των μητρικών εταιρειών που προσθέτουν και που καταστρέφουν αξία	285
8.6.2 Διαχειριστής χαρτοφυλακίου	287
8.6.3 Διαχειριστής συνεργειών	288
8.6.4 Διαχειριστής ικανοτήτων	288
8.7 Μήτρες χαρτοφυλακίου	290
8.7.1 Η μήτρα BCG (ή ανάπτυξης/μεριδίου)	291
8.7.2 Η μήτρα κατευθυντήριας πολιτικής/μήτρα ελκυστικότητας αγοράς ανταγωνιστικής θέσης (GE-McKinsey)	292
8.7.3 Η μήτρα γονικής σχέσης	294

Περίληψη	297
Εργασίες	297
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	298
Βιβλιογραφικές αναφορές	298
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Μεγαλειώδεις στρατηγικές στο πεδίο των οπτικών</i>	300
<b>9</b> Διεθνής στρατηγική	305
9.1 Εισαγωγή	306
9.2 Παράγοντες διεθνοποίησης	307
9.3 Πλεονεκτήματα τοποθεσίας	311
9.3.1 Πλεονέκτημα γεωγραφικής διαφοροποίησης: Το διαμάντι του Porter	312
9.3.2 Το διεθνές σύστημα αξίας	314
9.4 Διεθνείς στρατηγικές	316
9.5 Επιλογή αγοράς και τρόπος εισόδου	320
9.5.1 Χαρακτηριστικά γεωγραφικής περιοχής και αγοράς	320
9.5.2 Χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού	324
9.5.3 Στρατηγικές εισόδου	327
9.6 Ο ρόλος των θυγατρικών σε ένα διεθνές χαρτοφυλάκιο	330
9.7 Διεθνοποίηση και απόδοση	331
Περίληψη	333
Εργασίες	333
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	334
Βιβλιογραφικές αναφορές	334
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Η Κίνα πάει Χόλιγουντ: Η κίνηση της Wanda στην αμερικανική κινηματογραφική βιομηχανία</i>	337
<b>10</b> Επιχειρηματικότητα και καινοτομία	341
10.1 Εισαγωγή	342
10.2 Επιχειρηματικότητα	343
10.2.1 Η αναγνώριση ευκαιριών	343
10.2.2 Στάδια της επιχειρηματικής διαδικασίας	346
10.2.3 Στάδια επιχειρηματικής ανάπτυξης	347
10.2.4 Κοινωνική επιχειρηματικότητα	350
10.3 Διλήμματα καινοτομίας	351
10.3.1 Τεχνολογική ώθηση ή έλξη από την αγορά	351
10.3.2 Καινοτομία προϊόντος ή διαδικασίας	354
10.3.3 Καινοτομία ανοιχτού τύπου ή καινοτομία κλειστού τύπου	355
10.4 Διάχυση καινοτομίας	358
10.4.1 Ο ρυθμός διάχυσης	358
10.4.2 Η σιγμοειδής καμπύλη διάχυσης	359
10.5 Καινοτόμοι και μιμητές	361
10.5.1 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των πρωτοπόρων	361
10.5.2 Η αντίδραση των εδραιωμένων επιχειρήσεων	363
Περίληψη	366
Εργασίες	366
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	367
Βιβλιογραφικές αναφορές	367
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Τα Angry Birds της Rovio: Η εξέλιξη μιας παγκόσμιας αυτοκρατορίας στον τομέα της ψυχαγωγίας</i>	370

<b>11</b>	<b>Συγχωνεύσεις, εξαγορές και συμμαχίες</b>	<b>375</b>
11.1	Εισαγωγή	376
11.2	Εσωτερική οργανική ανάπτυξη	377
11.3	Συγχωνεύσεις και εξαγορές	378
11.3.1	Ορισμός συγχωνεύσεων και εξαγορών (Σ&Ε)	378
11.3.2	Πλαίσια εξαγορών και συγχωνεύσεων	379
11.3.3	Στρατηγική συγχωνεύσεων και εξαγορών	380
11.3.4	Διαδικασίες συγχωνεύσεων και εξαγορών	384
11.3.5	Στρατηγική συγχωνεύσεων και εξαγορών στην πάροδο του χρόνου	389
11.4	Στρατηγικές συμμαχίες	390
11.4.1	Είδη στρατηγικών συμμαχιών	391
11.4.2	Κίνητρα στρατηγικών συμμαχιών	393
11.4.3	Διαδικασίες στρατηγικών συμμαχιών	394
11.5	Σύγκριση εξαγορών, συμμαχιών και οργανικής ανάπτυξης	399
11.5.1	Εξαγορά, συμμαχία ή αυτόνομη πορεία;	399
11.5.2	Βασικοί παράγοντες επιτυχίας	400
	Περίληψη	402
	Εργασίες	402
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	403
	Βιβλιογραφικές αναφορές	403
	Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Επιχείρηση θωράκισης απέναντι στο μέλλον; Η Sainsbury's εξαγοράζει την Argos</i>	405
	Σχολιαστική ενότητα Μέρους II: Στρατηγικές επιλογές	409

**ΜΕΡΟΣ III****Στρατηγική στην πράξη****413**

	Εισαγωγή στο Μέρος III	414
<b>12</b>	<b>Αξιολόγηση στρατηγικών</b>	<b>415</b>
12.1	Εισαγωγή	416
12.2	Οργανωσιακή απόδοση	417
12.2.1	Μέτρα απόδοσης	417
12.2.2	Συγκρίσεις απόδοσης	419
12.2.3	Ανάλυση χάσματος	420
12.2.4	Πολυπλοκότητα της ανάλυσης της απόδοσης	420
12.3	Καταλληλότητα	422
12.3.1	Μηχανισμός κατάταξης των εναλλακτικών επιλογών	424
12.3.2	Δέντρα αποφάσεων	427
12.4	Αποδεκτότητα	429
12.4.1	Απόδοση	429
12.4.2	Κίνδυνος	434
12.4.3	Αντίδραση των ομάδων ενδιαφερομένων (stakeholders)	436
12.5	Εφικτότητα	438
12.5.1	Οικονομική εφικτότητα	438
12.5.2	Άνθρωποι και ικανότητες	440
12.6	Αξιολόγηση	441
12.6.1	Τρεις επισημάνσεις	441
	Περίληψη	442

Εργασίες	443
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	443
Βιβλιογραφικές αναφορές	444
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>ITV: «Κάν' το μόνος σου», εξαγορά ή συμμαχία;</i>	445
<b>13 Διαδικασίες διαμόρφωσης στρατηγικής</b>	451
13.1 Εισαγωγή	452
13.2 Διαμόρφωση προγραμματισμένης στρατηγικής	453
13.2.1 Ο ρόλος του στρατηγικού ηγέτη	453
13.2.2 Συστήματα στρατηγικού σχεδιασμού	455
13.2.3 Η επιβαλλόμενη στρατηγική από εξωτερικούς παράγοντες	460
13.3 Η ανάπτυξη της αναδυόμενης στρατηγικής	460
13.3.1 Το μοντέλο των λογικών βημάτων	461
13.3.2 Το πολιτικό μοντέλο της διαδικασίας διαμόρφωσης της στρατηγικής	463
13.3.3 Η στρατηγική ως αποτέλεσμα οργανωσιακών δομών και συστημάτων	464
13.4 Επιπτώσεις στη διαχείριση της ανάπτυξης στρατηγικής	467
13.4.1 Ανάπτυξη στρατηγικής σε διαφορετικά πλαίσια	469
13.4.2 Η διαμόρφωση της προγραμματισμένης και της αναδυόμενης στρατηγικής	471
Περίληψη	473
Εργασίες	473
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	474
Βιβλιογραφικές αναφορές	474
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Alphabet: Ποιος και τι κατευθύνει τη στρατηγική</i>	477
<b>14 Οργάνωση και στρατηγική</b>	481
14.1 Εισαγωγή	482
14.2 Τύποι δομής	483
14.2.1 Η λειτουργική δομή	484
14.2.2 Η τμηματική δομή	486
14.2.3 Η δομή μήτρας	487
14.2.4 Πολυεθνικές/διακρατικές δομές	488
14.2.5 Η δομή βάσει έργου	491
14.2.6 Συμβατότητα στρατηγικής και οργανωσιακής δομής	492
14.3 Συστήματα	493
14.3.1 Συστήματα σχεδιασμού	494
14.3.2 Συστήματα οργανωσιακής κουλτούρας	496
14.3.3 Συστήματα ελέγχου απόδοσης	497
14.3.4 Συστήματα αγοράς	500
14.4 Ευελιξία και ανθεκτικότητα	502
14.5 Οργανωσιακοί σχεδιασμοί	503
Περίληψη	506
Εργασίες	507
Προτεινόμενη βιβλιογραφία	507
Βιβλιογραφικές αναφορές	507
Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Tencent: Τυχερή για τρίτη φορά;</i>	509
<b>15 Ηγεσία και στρατηγική αλλαγή</b>	513
15.1 Εισαγωγή	514
15.2 Ηγεσία και στρατηγική αλλαγή	514



15.2.1	Στρατηγικοί ηγετικοί ρόλοι	515
15.2.2	Στιλ ηγεσίας	516
15.3	Ανάλυση του πλαισίου αλλαγής	518
15.3.1	Το καλειδοσκόπιο της αλλαγής	518
15.3.2	Ανάλυση δυναμικού πεδίου	520
15.4	Τύποι στρατηγικής αλλαγής	522
15.4.1	Προσαρμογή	524
15.4.2	Αναδόμηση (αναστροφή)	524
15.4.3	Επανάσταση	526
15.4.4	Εξέλιξη	527
15.5	Μοχλοί στρατηγικής αλλαγής	528
15.5.1	Η αδιαμφισβήτητη ανάγκη για την αλλαγή	529
15.5.2	Αμφισβητώντας αυτό που θεωρείται δεδομένο	529
15.5.3	Αλλάζοντας επιχειρησιακές διαδικασίες και ρουτίνες	530
15.5.4	Συμβολική διοίκηση	530
15.5.5	Εξουσία και πολιτικά συστήματα	531
15.5.6	Η χρονική στιγμή	534
15.5.7	Ορατές βραχυπρόθεσμες νίκες	534
15.6	Προβλήματα επίσημων προγραμμάτων αλλαγής	535
	Περίληψη	537
	Εργασίες	537
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	538
	Βιβλιογραφικές αναφορές	538
	Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Μπορεί το αγόρι του Σαββάτου να αλλάξει τα Marks &amp; Spencer;</i>	540
<b>16</b>	<b>Η πρακτική της στρατηγικής</b>	<b>543</b>
16.1	Εισαγωγή	544
16.2	Διαμορφωτές στρατηγικής	545
16.2.1	Ανώτατα στελέχη και διευθυντές	545
16.2.2	Στρατηγικοί σχεδιαστές	547
16.2.3	Στελέχη μεσαίας βαθμίδας	549
16.2.4	Σύμβουλοι στρατηγικής	550
16.2.5	Ποιος πρέπει να συμμετάσχει στην ανάπτυξη στρατηγικής;	551
16.3	Διαμόρφωση στρατηγικής	552
16.3.1	Ανάλυση στρατηγικής	553
16.3.2	Ανάδειξη στρατηγικών ζητημάτων	555
16.3.3	Στρατηγική λήψη αποφάσεων	557
16.3.4	Κοινοποίηση στρατηγικής	559
16.4	Μεθοδολογίες στρατηγικής	561
16.4.1	Εργαστήρια στρατηγικής	561
16.4.2	Έργα στρατηγικής	563
16.4.3	Έλεγχος υποθέσεων	564
16.4.4	Επιχειρηματικές προτάσεις και στρατηγικά σχέδια	566
	Περίληψη	568
	Εργασίες	568
	Προτεινόμενη βιβλιογραφία	569
	Βιβλιογραφικές αναφορές	569
	Παράδειγμα περίπτωσης: <i>Διαδικασία συμμετοχικής στρατηγικής στην πόλη Βάασα</i>	572
	Σχολιαστική ενότητα Μέρους III: Στρατηγική στην πράξη	579



<b>Μελέτες περίπτωσης</b>	<b>581</b>
Οδηγός για τη χρήση μελετών περίπτωσης	581
Οδηγός για το κύριο επίκεντρο των περιπτώσεων στο βιβλίο	583
Glastonbury: Από χίπικο Σαββατοκύριακο σε διεθνές φεστιβάλ	586
Η παγκόσμια φαρμακοβιομηχανία: Αξιοποιώντας την αναμπουμπούλα	590
Siemens A: Το Πρόγραμμα Foresight	605
Μετεγκατάσταση, μετεγκατάσταση, μετεγκατάσταση: εξελισσόμενες στρατηγικές για την αντιμετώπιση των μεταβαλλόμενων αγοραστικών μοτίβων στη Vision Express	613
Ricoh Canada Inc.	621
Η H&M στη γρήγορη μόδα: Συνεχής επιτυχία;	631
Οι κατασκευαστές της Formula 1	643
«Πρόσβαση στην υγιεινονομική περίθαλψη»: Ενσωμάτωση προγράμματος EKE στην Coloplast	654
Manchester United FC: Πασχίζοντας να ανταγωνιστεί τους ελίτ συλλόγους της Ευρώπης	663
Adnams: Μια τοπική εταιρεία	676
«Τολμήστε να μάθετε»: Δυσκολίες στη συγχώνευση δύο γαλλικών πανεπιστημίων	686
Ryanair: Η αεροπορική εταιρεία χαμηλών ναύλων – νέες κατευθύνσεις;	693
Οι πολύπλευρες πλατφόρμες ανταγωνίζονται στη βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών	706
Megabrew: Δημιουργώντας έναν αδιαμφισβήτητο παγκόσμιο πρωταθλητή ζυθοποιίας;	714
Η Air Asia και ο Όμιλος Tune	728
Severstal: Ταξίδι από την ανάπτυξη στην ενοποίηση στο πλαίσιο του κλάδου της χαλυβουργίας	742
Ινδικό πρωτάθλημα κρίκετ: Λάμψη, αίγλη και παγκοσμιοποίηση	751
Handelsbanken – Η τραπεζική αλλιώς	756
Caitec: Μια κινεζική επιχείρηση στην Αφρική	767
Στον δρόμο: Επιχειρηματικά ταξίδια στον τομέα των επιβατικών μετακινήσεων κατά παραγγελία	773
Ηγεσία στην Apple Inc.	778
Σώθηκε η Teva; Αντιμετώπιση προκλήσεων και προβλημάτων στον κλάδο των γενόσημων φαρμακευτικών προϊόντων	786
Διαχείριση συγχωνεύσεων και εξαγορών: Εξαγορά της Neuromag από την Elekta	795
CRH plc: Βελτιστοποίηση της αξίας μέσω της εταιρικής στρατηγικής	802
Αντιστρατηγική: Αντίσταση στη μεξικανική δράση διακίνησης ναρκωτικών	812
Oak Tree Inn: Αναπτυξιακές προκλήσεις για μια οικογενειακή επιχείρηση τουρισμού	823
Στρατηγικός σχεδιασμός στο νοσοκομείο και κέντρο έρευνας King Faisal, Σαουδική Αραβία	833
Παγωτό Marmor Magda: Καυτοί σε μια «δροσερή» αγορά;	840
Emmaus: Ο ιδρυτής ως πηγή δύναμης;	847
Siemens B: «Κάνοντας πραγματικότητα αυτό που έχει σημασία»	852
Εξελίσσοντας μια πλούσια συγκομιδή στην Orchard	866
Στρατηγική εργασία στην Dörr och Portbolaget: Πόσο ανοιχτοί μπορούμε να είμαστε;	871
Στην αίθουσα συνεδριάσεων της HomeCo	877
Γλωσσάρι	885
Πηγές	iii