

IMPLEMENTACJA ZAAWANSOWANYCH ROZWIĄZAŃ BIZNESU ELEKTRONICZNEGO W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Autor: ZBIGNIEW PASTUSZAK

Słownik wybranych terminów stosowanych w pracy

Wykaz niektórych skrótów

Wprowadzenie

ROZDZIAŁ 1. E-BIZNES I ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWAMI NOWEJ GOSPODARKI

- 1.1. Współczesna ewolucja koncepcji i systemów zarządzania
 - 1.1.1. Przyczyny ewolucji-cechy nowej gospodarki presja technologiczna globalnego rynku i jej przejawy
 - 1.1.2. Współczesne kierunki rozwoju nauk zarządzania
 - 1.2. Nowe koncepcje kreowania wartości i strategię konkurencyjności
 - 1.2.1. Łańcuchy, sklepy i sieci wartości
 - 1.2.2. Organizacje wirtualne
 - 1.3. Segmenty, modele i cele wdrożeń biznesu elektronicznego
 - 1.3.1. Segmenty gospodarki internetowej
 - 1.3.2. Modele e-biznesu
 - 1.3.3. Cele deklaratywne i faktyczne wdrożeń e-biznesu
 - 1.3.4. Klasyfikacja celów wdrażania e-biznesu w przedsiębiorstwie
 - 1.4. Problem recepcji zaawansowanych rozwiązań biznesu elektronicznego i cele naukowe pracy
 - 1.5. Podsumowanie
- Aneks 1. Praktyka nowej gospodarki studium przypadku (Tajwan, 2005)

ROZDZIAŁ 2. EGZOGENICZNE UWARUNKOWANIA RECEPCJI ZAAWANSOWANYCH ROZWIĄZAŃ BIZNESU ELEKTRONICZNEGO

- 2.1. Uwagi wstępne
 - 2.2. Rankingi nowoczesności gospodarek i ich gotowości sieciowej
 - 2.2.1. Etapy rozwoju rankingów nowej gospodarki
 - 2.2.2. Ranking NRI (Networked Readiness Index)
 - 2.2.3. Ranking KEI (Knowledge-based Economy Index)
 - 2.2.4. Rankingi KBE/S (Knowledge-based Economy and Society)
 - 2.3. Rankingi e-readiness
 - 2.3.1. Uwagi wprowadzające
 - 2.3.2. CSPP Readiness Guide
 - 2.3.3. Metodyka the Center for International Development
 - 2.3.4. E-Commerce Readiness Assessment
 - 2.3.5. International Survey of E-Commerce
 - 2.3.6. Metodyka McConnell
 - 2.3.7. Metodyka CIDCM-Negotiating the Net Model
 - 2.3.8. Metodyka MOSAIC
 - 2.3.9. Metodyka TheEconomist
 - 2.3.10. Podsumowanie
 - 2.4. Identyfikacja i klasyfikacja egzogenicznych czynników recepcji ZRBE
- Aneks 2. Wykaz źródeł internetowych poświęconych rankingom e-readiness

ROZDZIAŁ 3. ENDOGENICZNE CZYNNIKI WARUNKUJĄCE IMPLEMENTACJE E-BIZNESU

- 3.1. Klasyfikacja endogenicznych czynników recepcji biznesu elektronicznego
- 3.2. Strategiczne czynniki recepcji e-biznesu
 - 3.2.1. NetReadiness i wrażliwość internetowa przedsiębiorstwa
 - 3.2.2. Wybrane badania strategicznych czynników sukcesu e-biznesu
 - 3.2.3. Zestawienie strategicznych czynników recepcji ZRBE
- 3.3. Środowiskowe i procesowe czynniki recepcji e-biznesu
 - 3.3.1. Model akceptacji technologii - TAM
 - 3.3.2. Model adekwatności zadań i technologii - TTF
 - 3.3.3. Wybrane badania środowiskowych i procesowych czynników recepcji e-biznesu
 - 3.3.4. Klasyfikacja środowiskowych i procesowych czynników recepcji ZRBE

ROZDZIAŁ 4. LUKA E-TECHNOLOGICZNA I LUKA E-ORGANIZACYJNA W POLSCE

- 4.1. Uwagi wstępne
 - 4.2. Luka e-technologiczna polskiej gospodarki
 - 4.2.1. Metoda pomiaru
 - 4.2.2. Korelacje wskaźników nowej gospodarki
 - 4.2.3. Wielkość luki e-technologicznej w Polsce
 - 4.3. luka e-organizacyjna w polskich przedsiębiorstwach
 - 4.3.1. Charakterystyka problemu
 - 4.3.2. Założenia badawcze, metodyka badań oraz warstwowanie próby badawczej
 - 4.3.3. Gotowość internetowa polskich przedsiębiorstw
 - 4.3.4. Wielkość luki e-organizacyjnej w polskich przedsiębiorstwach
 - 4.3.5. Konkluzje
 - 4.4. Podsumowanie
- Aneks 3. Procedura określania wielkości luki e-organizacyjnej w przedsiębiorstwie

ROZDZIAŁ 5. MODEL RECEPCJI ZAAWANSOWANYCH ROZWIĄZAŃ BIZNESU ELEKTRONICZNEGO (EBRM)

- 5.1. Uwagi wprowadzające
- 5.2. Ogólna charakterystyka i oryginalność modelu recepcji zaawansowanych rozwiązań biznesu elektronicznego
- 5.3. Elementy składowe i struktura wewnętrzna modelu EBRM
 - 5.3.1. Poziomy szczegółowości w modelu EBRM
 - 5.3.2. Poziom eksploracyjny model EBRM
 - 5.3.3. Poziom operacyjny model EBRM
- 5.4. Hipotezy badawcze w modelu EBRM
- 5.5. Prezentacja wyników badań recepcji e-biznesu w Polsce
 - 5.5.1. Grupy homogeniczne i regresja w grupie badawczej
 - 5.5.2. Wrażliwość internetowa przedsiębiorstwa a recepcja e-biznesu
 - 5.5.3. Poziom Net Readiness a poziom recepcji e-biznesu
 - 5.5.4. Związek profilu przedsiębiorstwa z poziomem recepcji e-biznesu
- 5.6. Weryfikacja hipotez badawczych
- 5.7. Synteza wyników badań i uogólnienie wniosków

ROZDZIAŁ 6. STRATEGIA ELASTYCZNEJ ADAPTACJI E-BIZNESOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA I JEJ WDRAŻANIE

6.1. Problem wzajemnych relacji między strategiami biznesowymi a strategiami IS/IT w przedsiębiorstwie

6.1.1. Uwagi wprowadzające

6.1.2. Model Hendersona-Venkatramana

6.1.3. Inne ujęcia i wskazówki teoretyczne

6.2. strategia elastycznej adaptacji firmy do konkurowania w warunkach nowej gospodarki

6.2.1. Podstawowe elementy strategii

6.2.3. Procedura formułowania strategii SEAEB

6.3. Procedury wdrożeniowe SEAEB w warunkach polskich przedsiębiorstw .

6.3.1. Wybrane aspekty wdrażania strategii SEAEB

6.3.2. Etapy wdrożenia strategii SEAEB

6.4. Podsumowanie

Aneks 4. Wykorzystanie modelu EBRM w strategii elastycznej adaptacji e-biznesowej przedsiębiorstwa

Zakończenie

1. Wyniki naukowe i aplikacyjne pracy

2. Rekomendacje dla polityki gospodarczej

3. Rekomendacje dla praktyki działalności gospodarczej

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków

Załącznik 1. Kwestionariusz badawczy

Załącznik 2. Szczegółowe wyniki badań NetReadiness oraz poziomu luki e-organizacyjnej w Polsce

Z. 2.1. Gotowość sieciowa i luka e-organizacyjna w przedsiębiorstwach o niskiej wrażliwości internetowej

Z. 2.2. Gotowość sieciowa i luka e-organizacyjna w przedsiębiorstwach o wysokiej wrażliwości internetowej

Z. 2.3. Gotowość sieciowa i luka e-organizacyjna w przedsiębiorstwach produkcyjnych

Z. 2.4. Gotowość sieciowa i luka e-organizacyjna w przedsiębiorstwach usługowych