Strategie wejścia na rynek mebli skrzyniowych w Polsce

105 stron, 58 pozycji w bibliografii

Wstęp 7

Rozdział I. Determinanty strategii przedsiębiorstw 9
1.1. Pojęcie i istota strategii 9
1.2. Funkcje i zasady tworzenia strategii 14
1.3. Motywy i strategie wchodzenia na nowe rynki 25

Rozdział II. Analiza rynku mebli skrzyniowych w Polsce 40
2.1. Specyfika rynku mebli skrzyniowych w Polsce 40
2.1.1. Konkurencyjność i zasady dystrybucji na rynku mebli skrzyniowych 47
2.1.2. Jakość i surowce wykorzystywane do produkcji mebli skrzyniowych 51
2.1.3. Zasady promocji marki w branży mebli skrzyniowych 54
2.2. Analiza wskaźnikowa rynku produkcji mebli w latach 2005 – 2006 59
2.2.1. Charakterystyka otoczenia makroekonomiczne i ogólne wskaźniki ekonomiczne w branży 60
2.2.2. Wskaźniki rentowności i płynności analizowanej branży 63
2.2.3. Rotacja zobowiązań, należności, zapasów i zatrudnienia 65
2.2.4. Struktura kosztów, analiza zadłużenia i nakładów inwestycyjnych 69

Rozdział III. Strategie wejścia na rynek mebli skrzyniowych w Polsce 74
3.1. Analiza otoczenia konkurencyjnego 74
3.1.1. Black Red White 74
3.1.2. Fabryka Mebli Bodzio S.J. 77
3.1.3. Fabryka Mebli Forte S.A. 81

3.2. Analiza wejścia na rynek firmy X 87

Zakończenie 99
Bibliografia 101
Spis tabel 104
Spis rysunków 105

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis