Spis treści

Wstęp, *Marek Ciesielski* 5

Logistyka w strategiach konkurencyjnych firm, *Marek Ciesielski* 7

Logistyka a konkurencja globalna, *Elżbieta Gołembska* 21

Logistyka w strategiach marketingowych przedsiębiorstw, *Maciej Szymczak* 35

Konkurowanie logistyką i jakością, *Jan Długosz* 53

Logistyka w procesach internacjonalizacji i globalizacji konkurencji, *Anna Szudrowicz* 67

Wykorzystanie logistyki jako narzędzia konkurencji w Polsce. Wybrane wyniki badań, *Anna Maryniak, Edyta Tuczyńska* 81

Konkurowanie logistyką w przemyśle spożywczym, *Karolina Tyc* 101

Strategie logistyczne w przemyśle papierosowym, *Piotr Rokicki* 109

Strategia logistyczna a przewaga konkurencyjna wielozakładowych przedsiębiorstw (korporacji) międzynarodowych, *Krzysztof Radke* 123

Kontroling a strategia logistyczna przedsiębiorstwa, *Paweł Czekała* 133

Wstęp

Doskonała logistyka jest dziś jednym z rozstrzygających atutów we współzawodnictwie na rynkach. Nie ma już rynków krajowych; wszystkie rynki są międzynarodowe, a wiele zmierza ku postaci globalnej. Coraz częściej konkurują nie firmy, ale łańcuchy dostaw. Tym wyzwaniom musi sprostać logistyka, która przestała już być traktowana jako zbiór metod przydatnych do rozwiązywania problemów operacyjnych. Większość firm, a w tym także wiele firm polskich, traktuje logistykę jako szansę strategiczną. Mało jest jednak opracowań o charakterze analitycznym czy postulatywnym, które mogłyby być pomocne przy rozważaniu możliwości wykorzystania logistyki w tworzeniu przewagi konkurencyjnej firmy. Skłoniło to autorów niniejszego opracowania do podjęcia problemów związanych z relacjami między logistyką i strategiami logistycznymi a strategiami konkurencyjnymi firm. Problemy te wiążą się z wielkim splotem zagadnień z zakresu zarządzania firmą. Nie sposób więc przedstawić całość wspomnianych relacji w sposób usystematyzowany. Dlatego też w książce podjęto próbę uporządkowania tylko głównych zagadnień, wiążących się z takimi kluczowymi pojęciami, jak: strategie konkurencyjne firmy, strategie marketingowe, zarządzanie jakością, globalizacja i internacjonalizacja, łańcuchy dostaw, kontroling. Jednocześnie opisano sposoby wykorzystania logistyki w procesie konkurowania w wybranych branżach. Autorzy mają nadzieję, że tak zredagowany tekst ułatwi Czytelnikowi zrozumienie występujących w opisywanej dziedzinie procesów, pozwoli na odczytanie tendencji, a być może zainspiruje do zmian w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

Autorami pracy są pracownicy, współpracownicy i doktoranci Katedry Logistyki i Transportu na Wydziale Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Książka jest adresowana przede wszystkim do osób podejmujących w firmach decyzje strategiczne i kształtujących strategie firm. Dotyczy to nie tylko menedżerów zarządzających logistyką. Także osoby odpowiedzialne za inne dziedziny zarządzania mogą znaleźć w tym opracowaniu interesujące treści. Autorzy liczą także na Czytelników spośród osób zajmujących się naukowo problematyką zarządzania strategicznego i logistyki.

W pierwszych pięciu rozdziałach usystematyzowano związki między logistyką a strategiami konkurencyjnymi firm i ich strategiami funkcjonalnymi. Problemy te przeanalizowano na tle długofalowych tendencji w zakresie sposobów konkurowania i zmian stosowanych strategii konkurencyjnych. Szczególne znaczenie nadano zjawisku internacjonalizacji i globalizacji konkurencji i działalności firm. Wyróżniono dwa zagadnienia: relacje między strategiami logistycznymi i marketingowymi oraz związki logistyki z zarządzaniem jakością. Autorzy, którzy podjęli się opracowania tych dwu zagadnień, podeszli do nich w różny sposób – koncentrując się raz na różnicach, a raz na wspólnych elementach. Prezentacja owych dwu sposobów badania relacji jest świadomym zamierzeniem. Zespół autorski traktuje bowiem to opracowanie zarówno jako zbiór propozycji systematyzacji wiedzy, jak i jako zbiór pytań co do podstaw teoretycznych, metodyki, generalizacji, a nawet odwzorowania tendencji i postulatów praktycznych.

Cztery następne rozdziały służą prezentacji poziomu wykorzystania logistycznych narzędzi konkurencji w Polsce. Dokonano tu próby konkretyzacji części zagadnień omawianych w pierwszej części książki. Przeprowadzona konkretyzacja dowodzi – jak się wydaje – celowości podejmowania szczegółowych badań tego typu w większym zakresie. Ostatni rozdział poświęcono zagadnieniom kontrolingu logistycznego. Ten temat tylko pozornie wykracza poza temat pracy. Wiedza w zakresie kontrolingu może pomóc w porządkowaniu relacji, o których była mowa wyżej, a jednocześnie kontroling logistyczny jest podstawą sukcesu w realizacji strategii w tej dziedzinie.

Marek Ciesielski