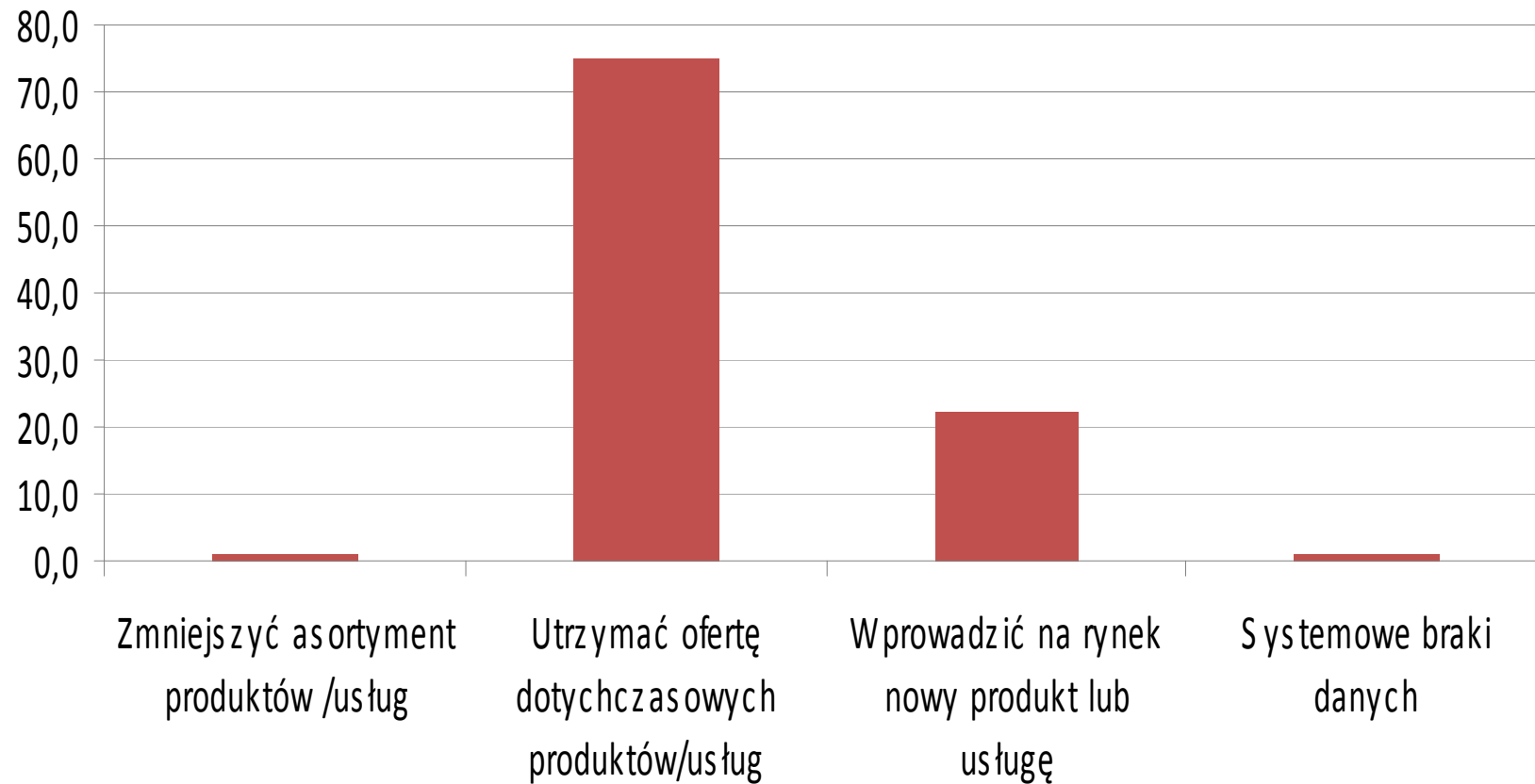

Strategie działania przedsiębiorstw w czasie kryzysu gospodarczego

Bohdan Rożnowski, dr
Katolicki Uniwersytet Lubelski
Jana Pawła II.

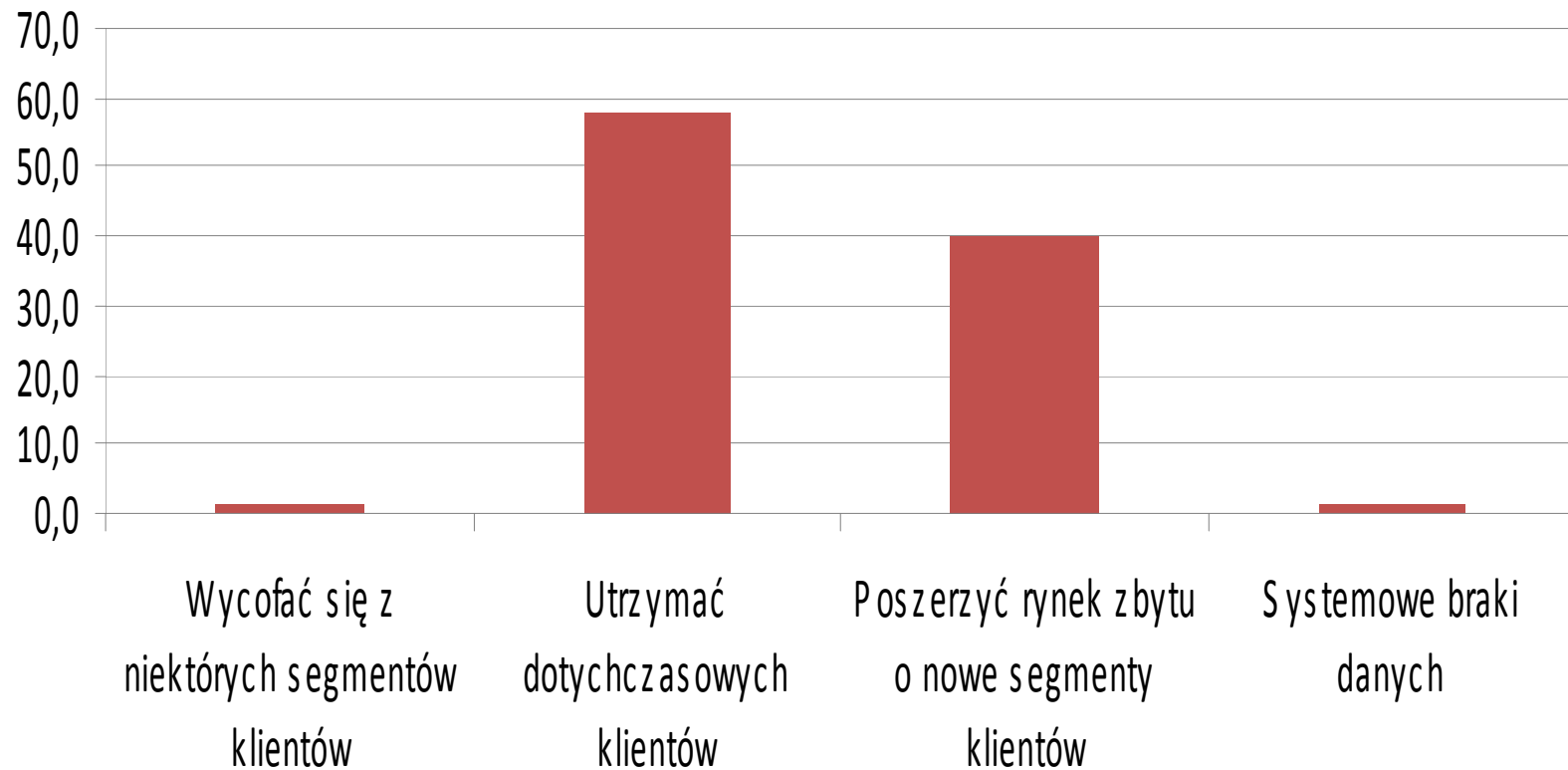
Struktura prezentacji

- Decyzje strategiczne
 - Decyzje wg regionów
 - Decyzje według wielkości
-

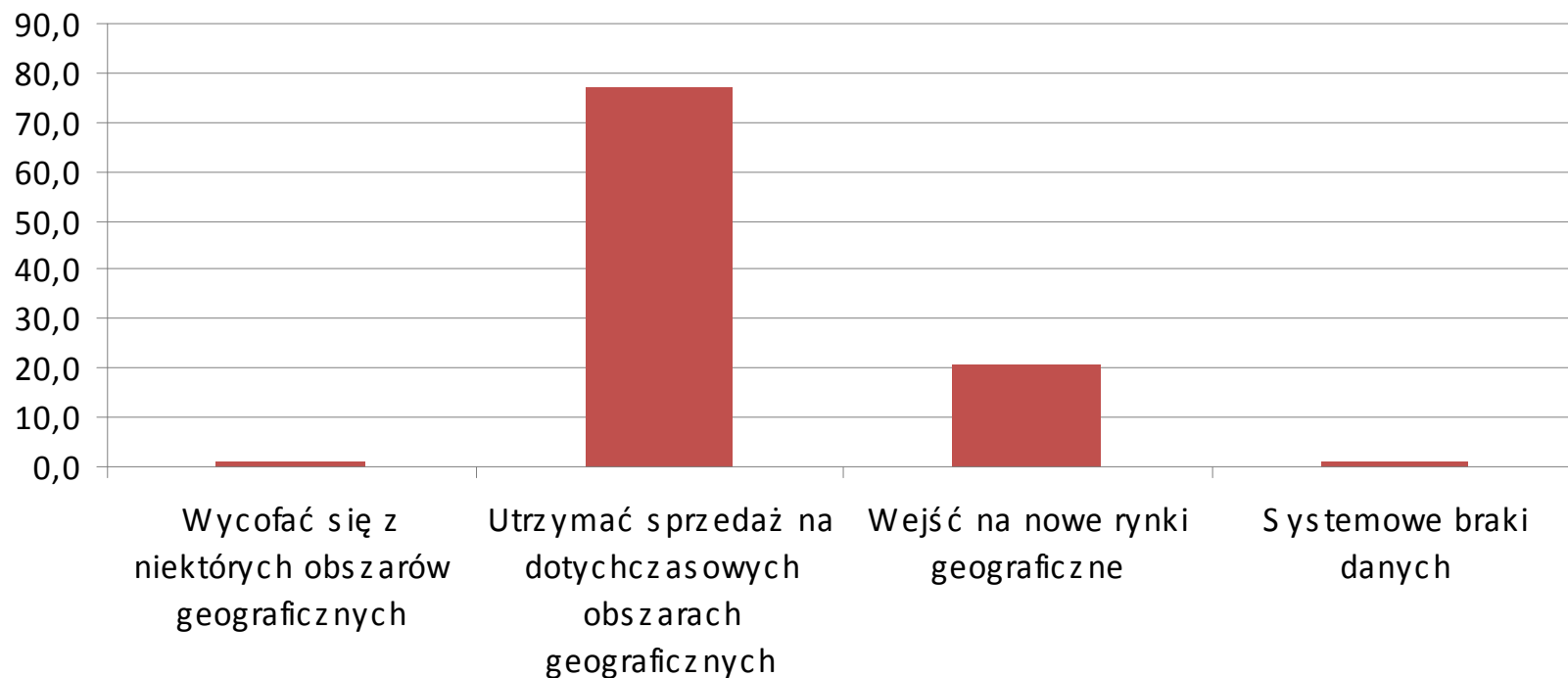
Zarządzanie produktem lub usługami



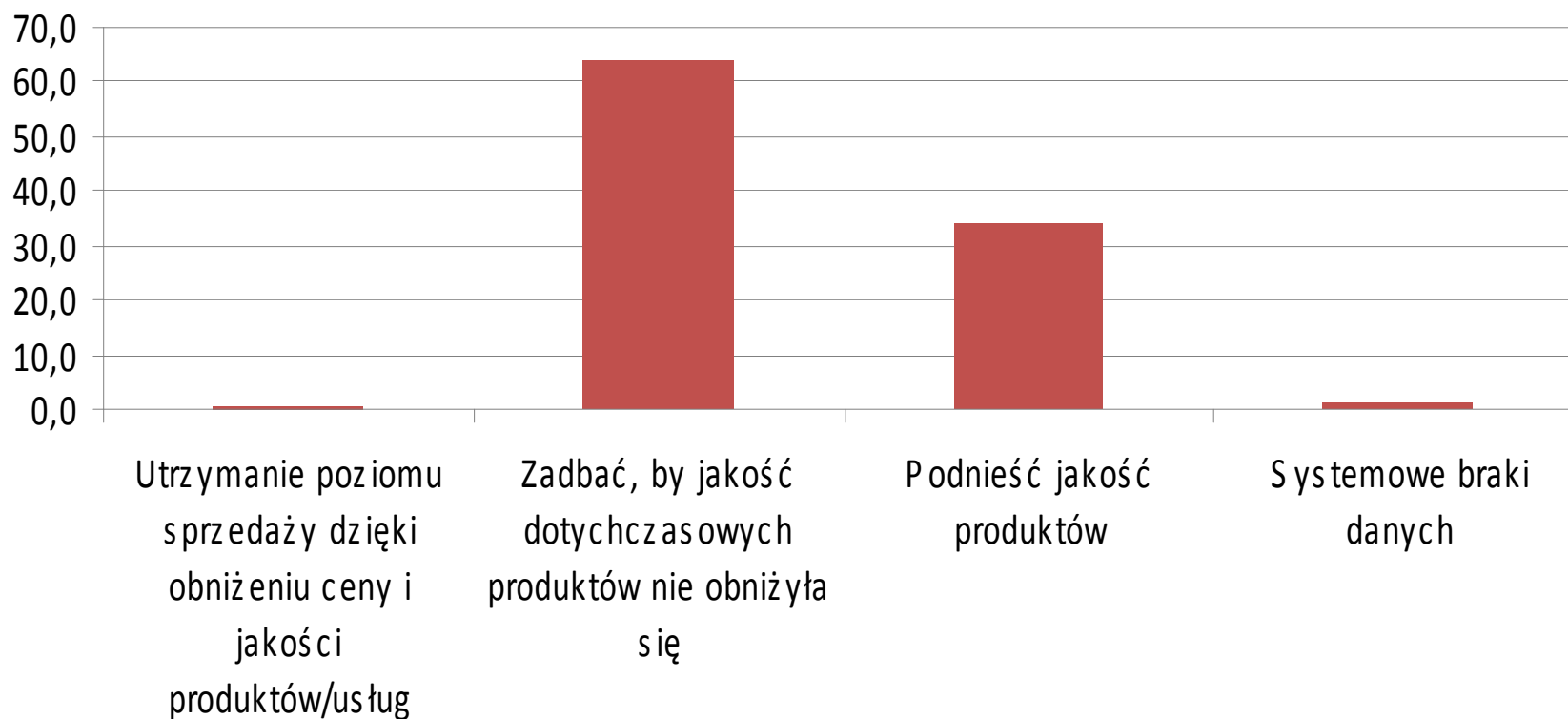
Zarządzanie segmentami klientów w%



Zarządzanie geograficznymi rynkami zbytu w %



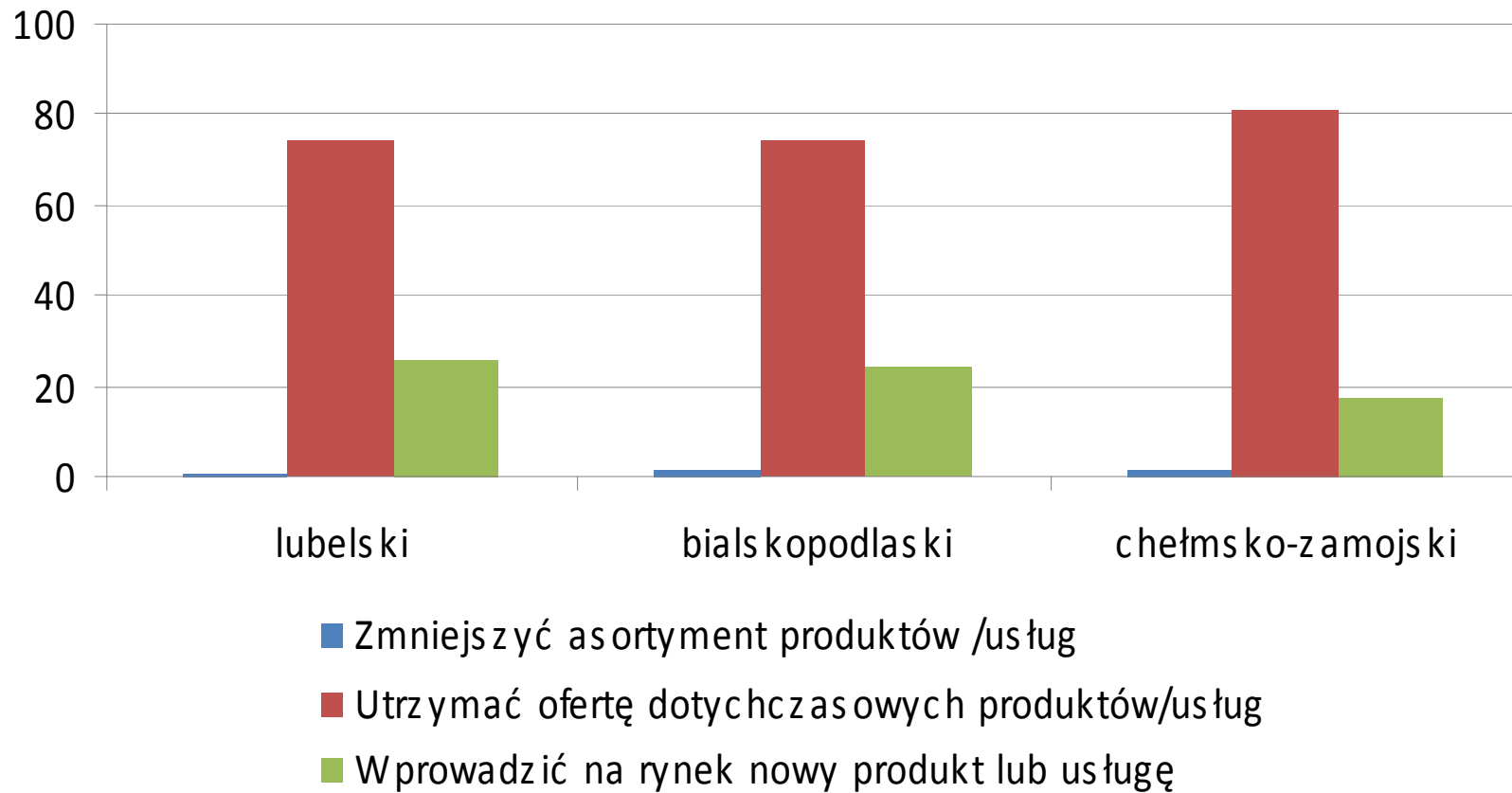
Zarządzanie jakością produktów / usług w %



Mapa podregionów woj. lubelskiego



Zarządzanie produktami lub usługami w podregionach ($\chi^2=11,6$; $df=4$; $p<0,05$)



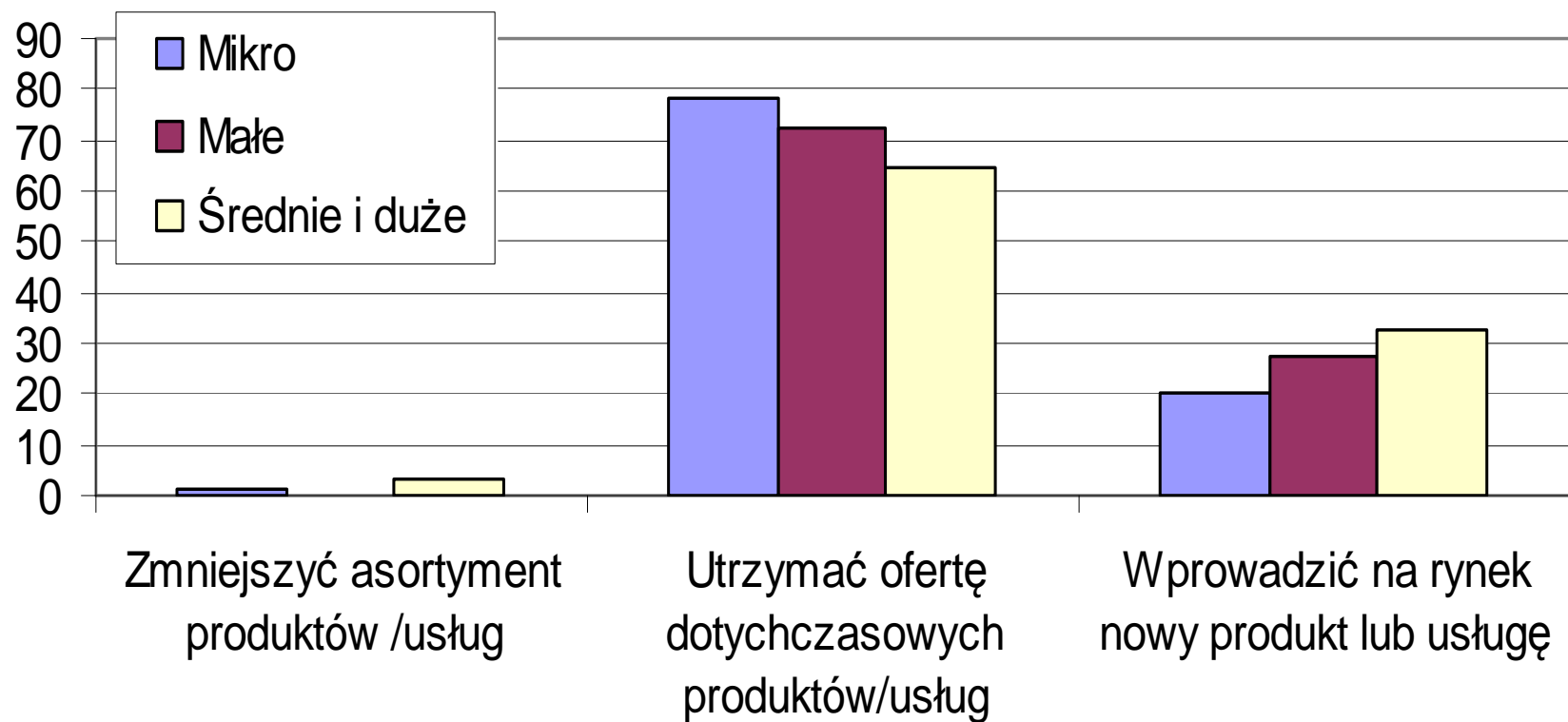
Zarządzanie segmentami klientów w podregionach ($\chi^2=41,5$; $df=4$; $p<0,001$)



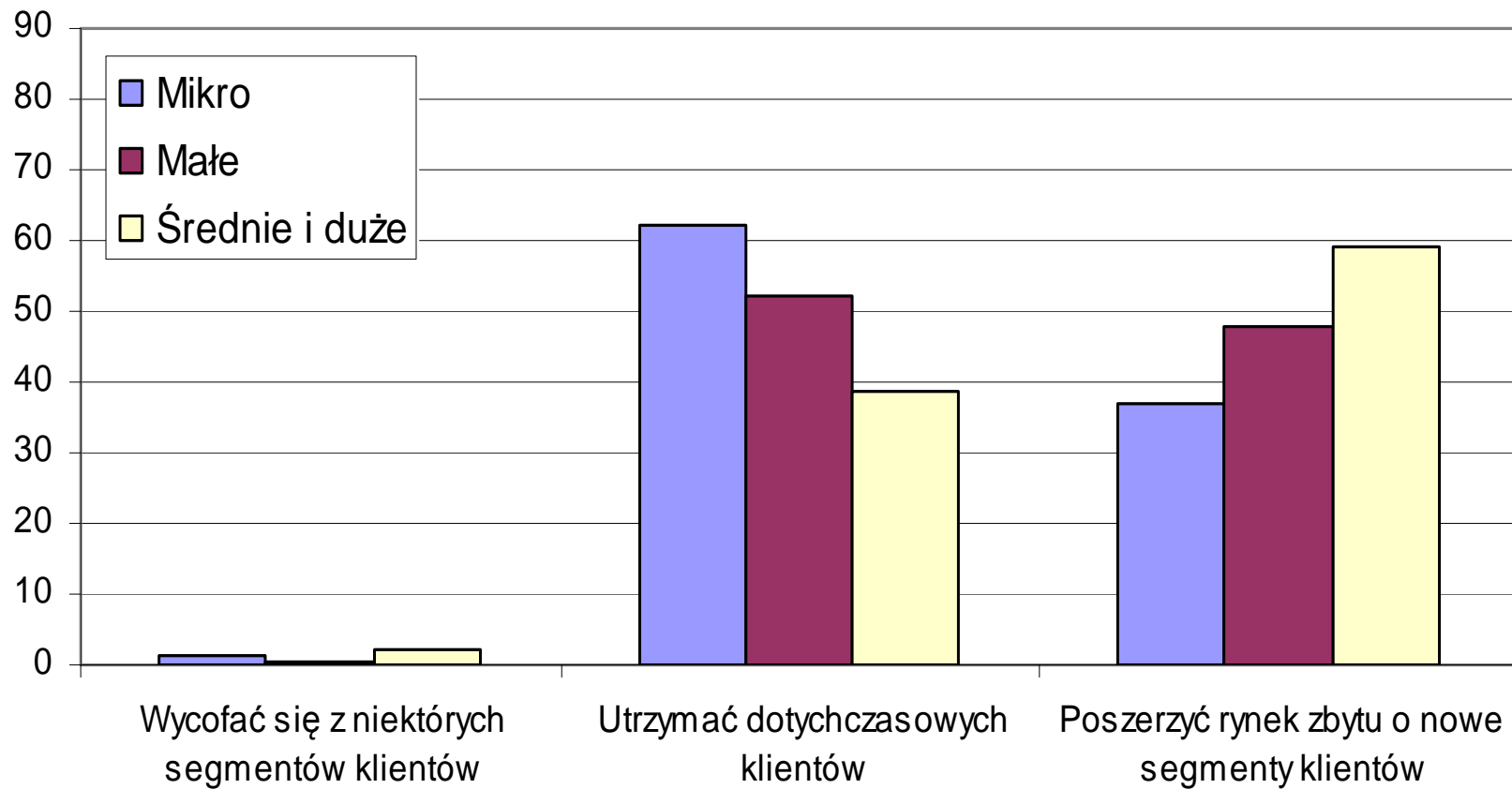
Zarządzanie jakością produktów / usług w podregionach ($\chi^2=18,8$; $df=4$; $p<0,001$)



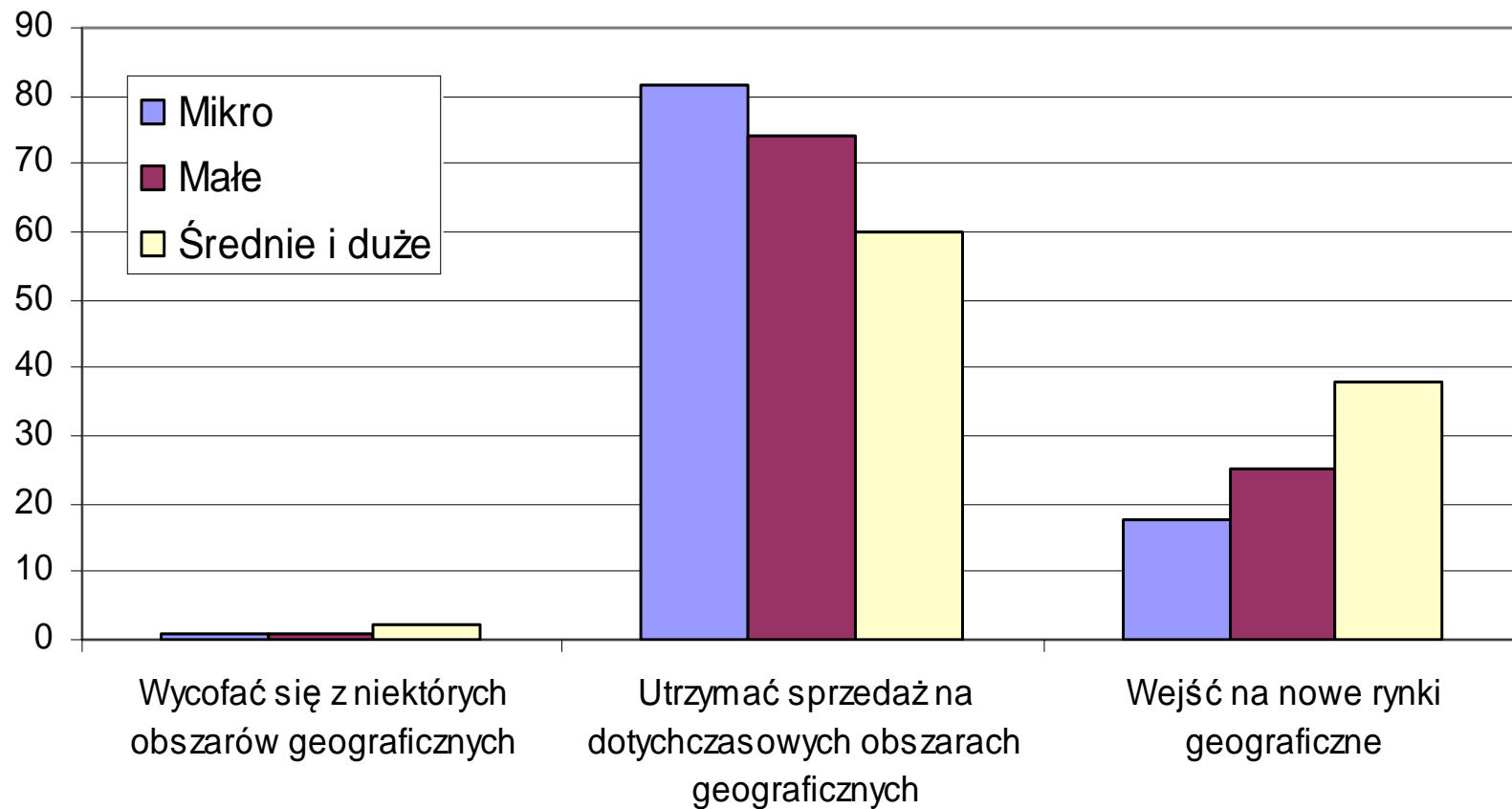
**Zarządzaniem produktami / usługami w
organizacjach o różnej wielkości ($\chi^2=18,04$; $df=4$;
 $p<0,001$)**



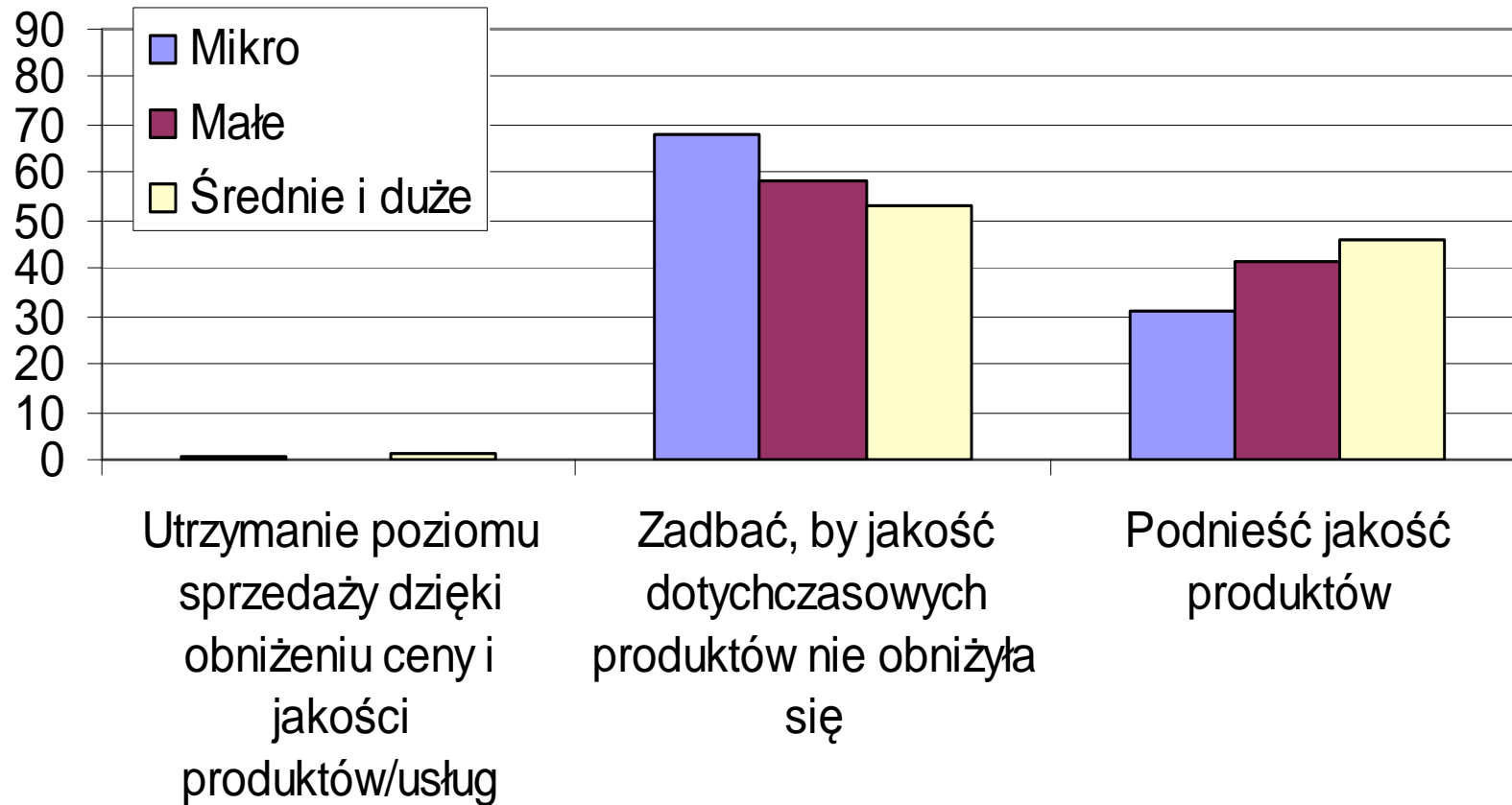
Zarządzanie segmentami klientów w firmach różnej wielkości ($\chi^2=27,7$, $df=4$; $p<0,001$)



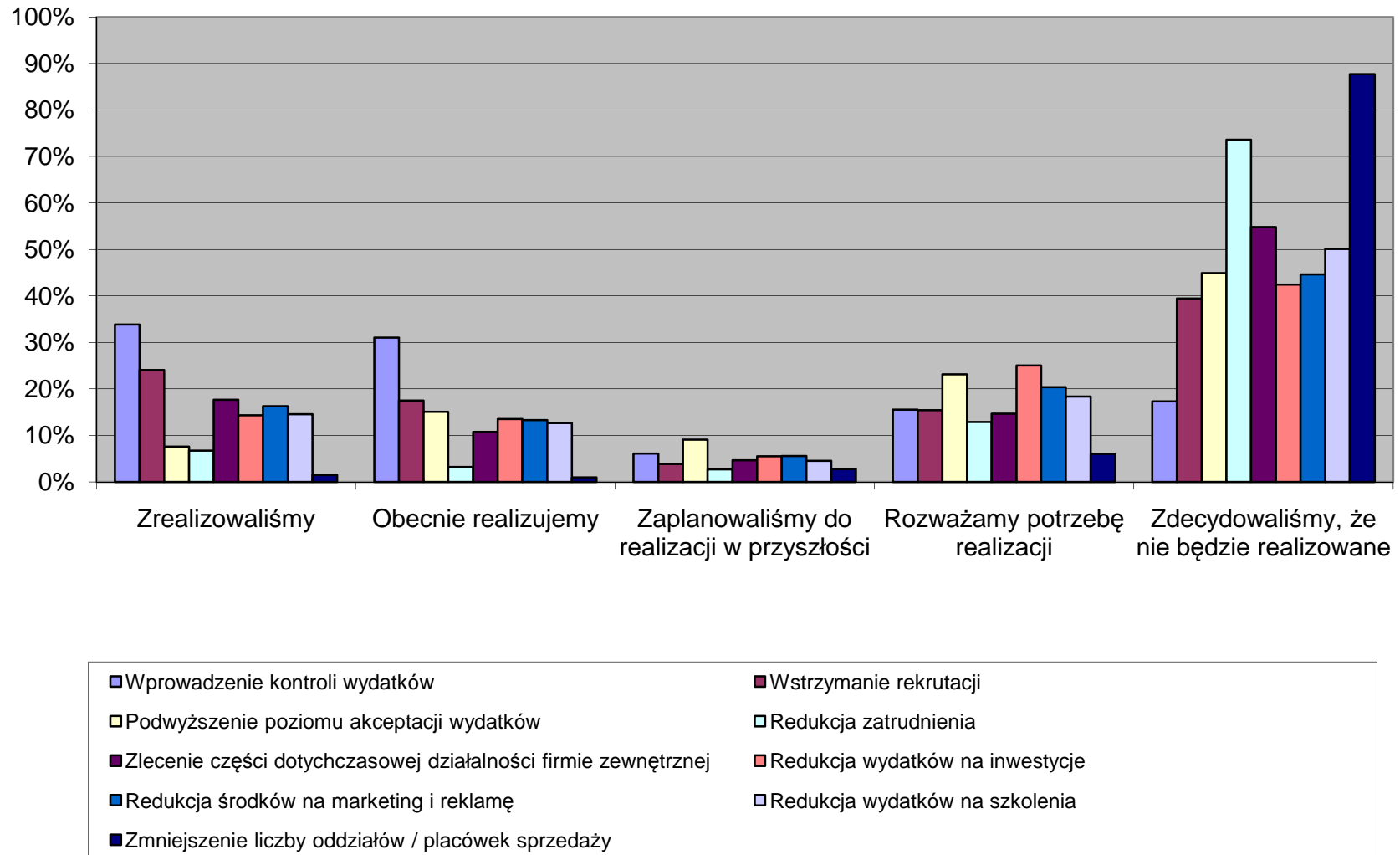
Zarządzanie rynkami geograficznymi ($\chi^2=28,1$; $df=4$; $p<0,001$)



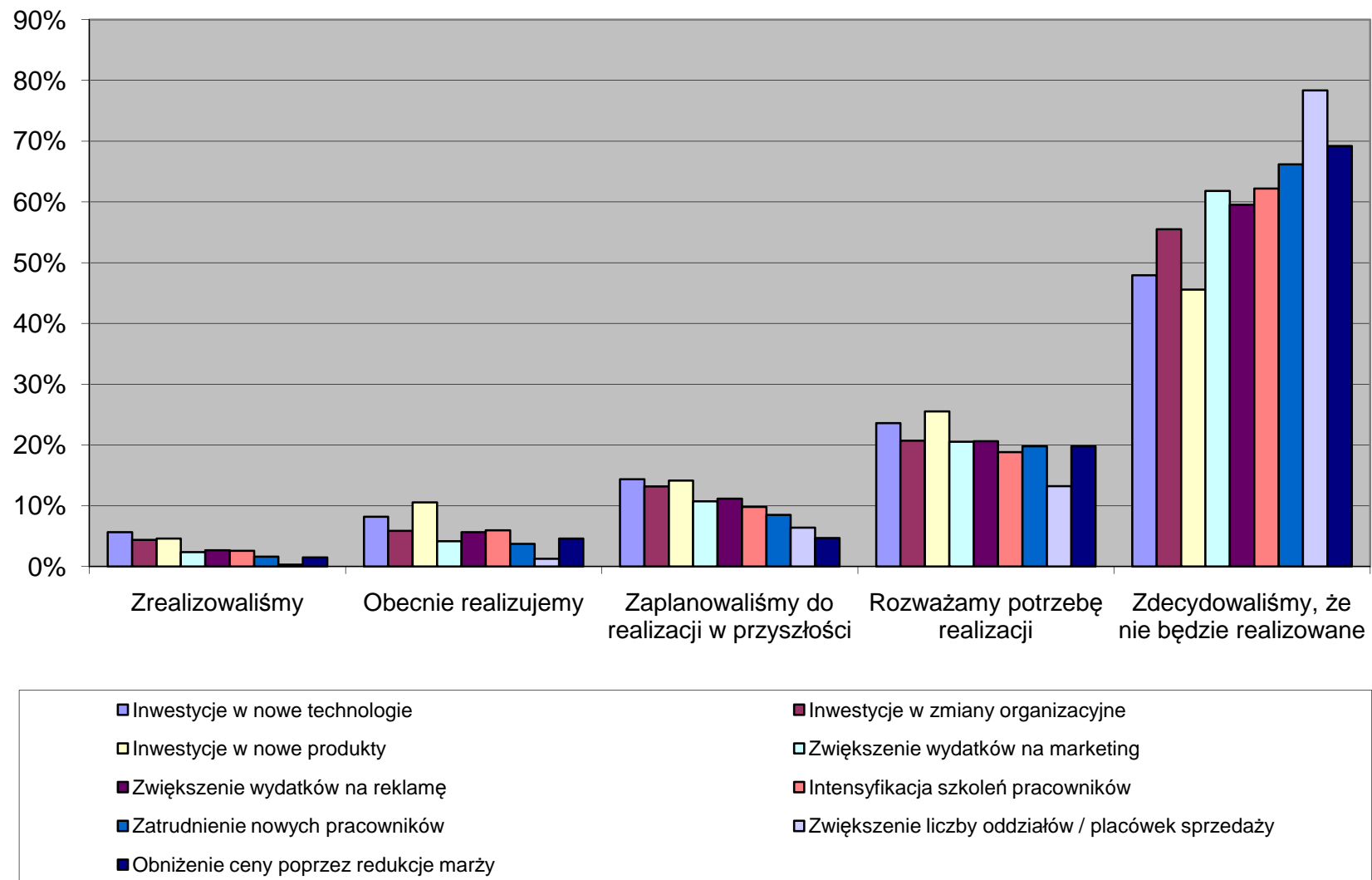
**Zarządzanie jakością produktów / usług ($x^2=18,8$;
df-4; $p<0,001$)**



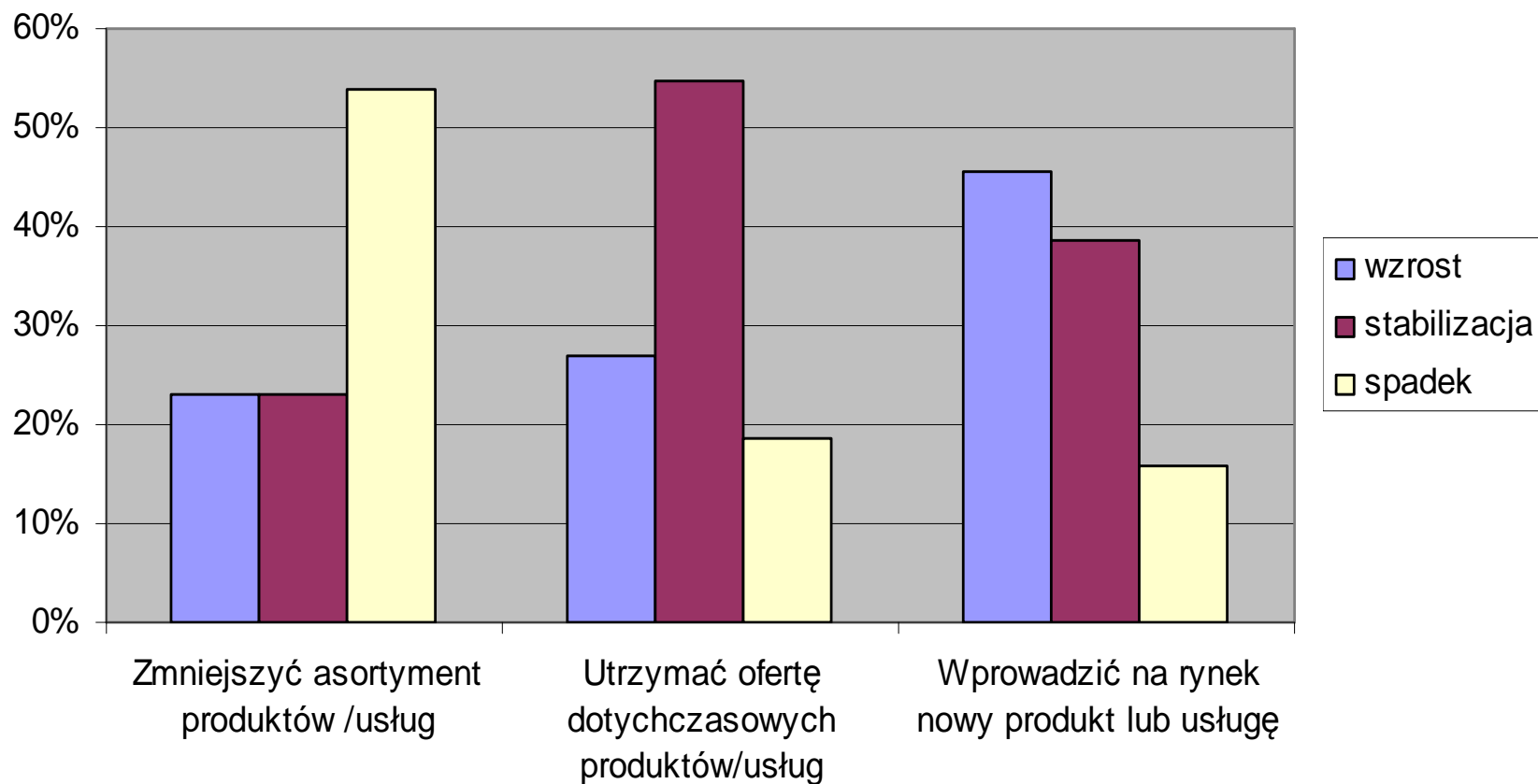
Pasywne działania w dobie kryzysu



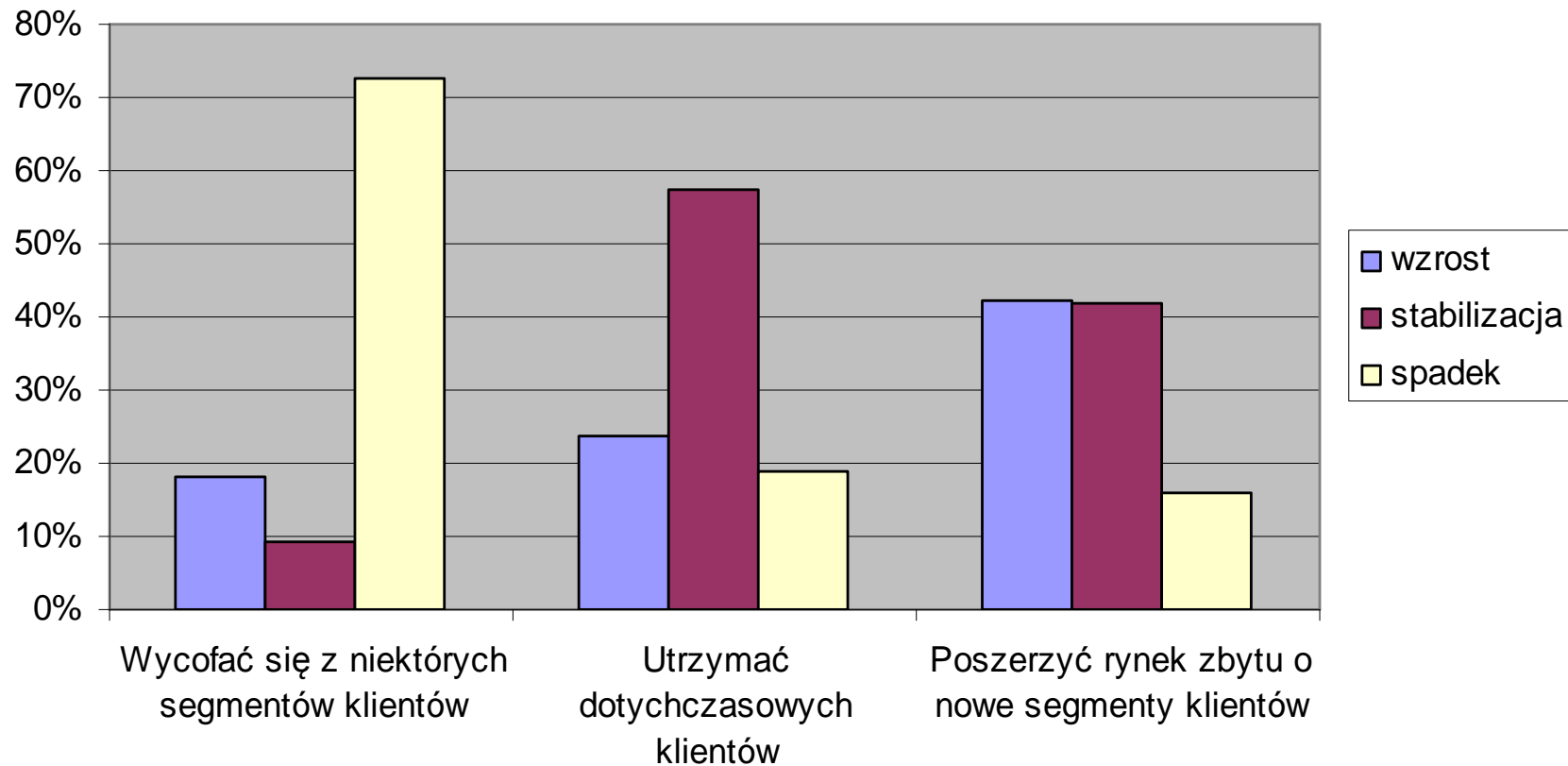
Aktywne działania w kryzysie



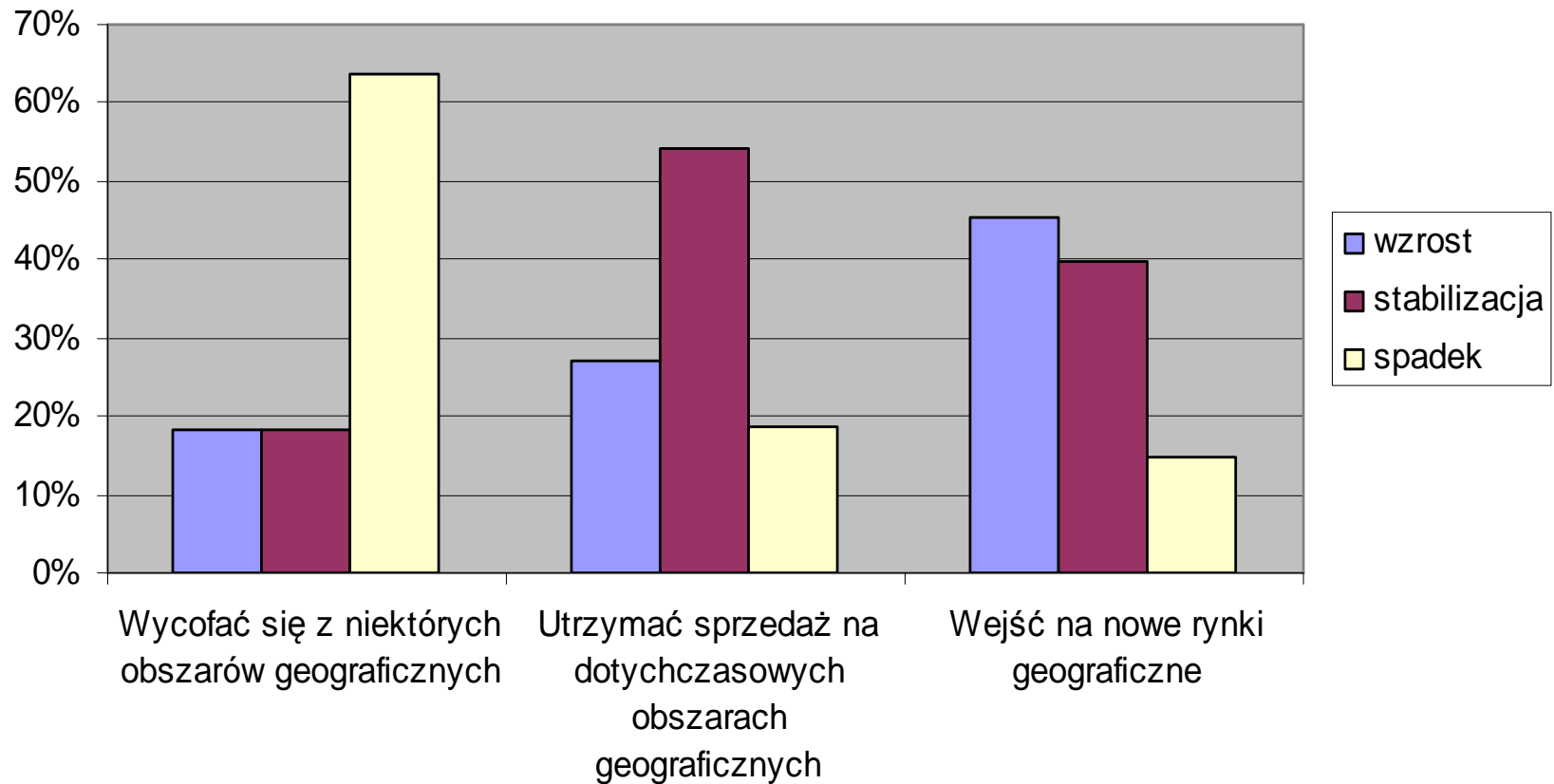
Proporcje pracodawców wybierających różne strategie związane z produktem wśród spółek notujących spadek, stagnację i wzrost obrotów



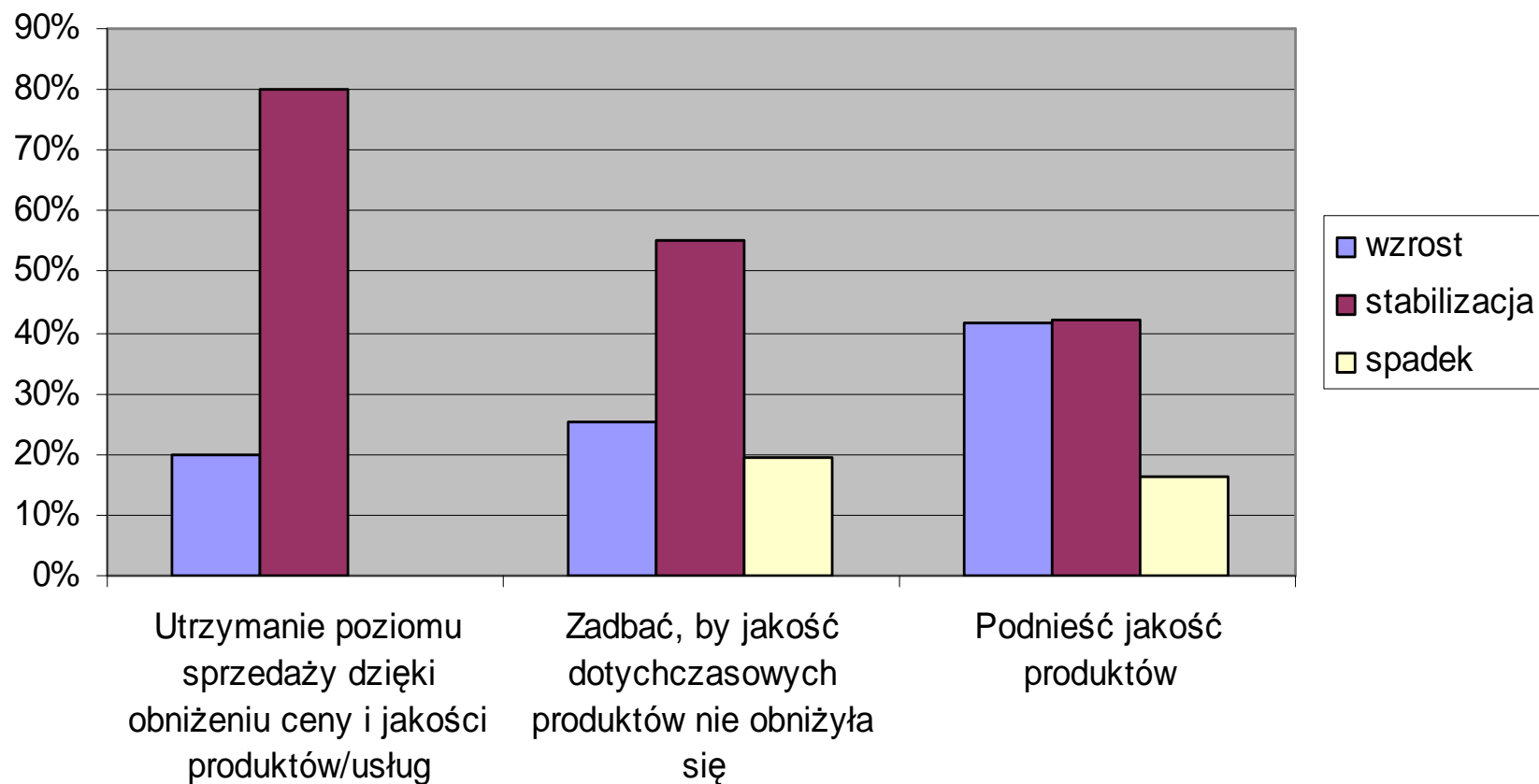
Proporcje pracodawców wybierających określone strategie związane z klientami wśród spółek notujących spadek, stagnację i wzrost obrotów



Proporcje pracodawców wybierających określone strategie zorientowane na sprzedaż wśród spółek notujących spadek, stagnację i wzrost obrotów



**Proporcje pracodawców wybierających określone strategie
zorientowane na jakość wśród spółek notujących spadek, stagnację
i wzrost obrotów**



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ
BOHROZ@KUL.PL
