

УДК 005.52(479+571)
ББК 65.053.012
И49

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С.М. Крымов,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой менеджмента
Томского государственного университета;

А.Ф. Черненко,
доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой бухгалтерского учета и анализа
Южно-Уральского государственного университета
(г. Челябинск)

Ильшев А.М.

И49 Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Ильшев, Н.Н. Ильшева, Т.С. Селевич. — Эл. изд. — 1 файл pdf: 480 с. — М.: Финансы и статистика, 2021. — Текст: электронный.

ISBN 978-5-00184-013-8

Раскрываются важнейшие аспекты функционирования экономики страны в конкурентной среде и вопросы формирования корпоративных конкурентных стратегий, базирующихся на всестороннем исследовании и оценке индивидуальных характеристик конкурентов. Рассматриваются вопросы генезиса и дальнейшей трансформации конкурентного анализа (как текущего, так и стратегического) на различных этапах развития рыночной экономики в условиях многополярного мира. Выявлены место, роль, этапы, методы конкурентного анализа, его информационные источники. Особое внимание уделено конкурентной разведке и разработкам спецслужб.

Для научных и практических работников, занимающихся вопросами стратегического конкурентного анализа в компаниях и внешнеэкономических ведомствах, а также преподавателей, студентов и аспирантов вузов.

УДК 005.52(479+571)
ББК 65.053.012

ISBN 978-5-00184-013-8

© Ильшев А.М., Ильшева Н.Н., Селевич Т.С.,
2010, 2021
© ООО «Издательство «Финансы и статистика»,
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	7
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА	11
1.1. Конкуренция: понятие, история развития и современное состояние	11
1.2. Специфика конкуренции в реформируемой экономике	27
1.3. Управление конкурентными преимуществами	35
1.4. Генезис конкурентного анализа	45
1.5. Актуализация выделения конкурентного анализа как самостоятельного вида управленческого анализа	51
Глава 2. ОБЩЕМЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА	60
2.1. Содержание конкурентного анализа	60
2.1.1. Определение целевых установок и методологических принципов анализа	60
2.1.2. Идентификация объекта и предмета конкурентного анализа. Классификация форм и организация получения исходной информации	66
2.1.3. Установление совокупности методов в проведения анализа	68
2.1.4. Разработка системы аналитических показателей	70
2.1.5. Направления использования аналитических результатов	75
2.2. Источники и методы сбора информации о конкурентах	77
2.3. Особенности метода конкурентной разведки	90
	3

Глава 3. ТЕКУЩИЙ КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	102
3.1. Ключевые понятия текущего анализа	102
3.2. Этапы текущего конкурентного анализа	104
3.2.1. Анализ условий конкуренции в отрасли и ее интенсивности	105
3.2.2. Выявление существующих конкурентов и предварительный анализ их деятельности	119
3.2.3. Определение приоритетности конкурентов	123
3.2.4. Углубленный анализ деятельности приоритетных конкурентов	128
3.2.5. Анализ краткосрочных стратегий развития приоритетных конкурентов	144
3.2.6. Постоянный мониторинг за деятельностью всех конкурентов	147
3.2.7. Оценка возможностей и угроз со стороны существующих конкурентов	150
3.3. Методы обработки и оценки результатов конкурентного анализа	152
3.4. Формирование краткосрочной конкурентной стратегии фирмы	156
Глава 4. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ: ПРОБЛЕМА ИДЕНТИФИКАЦИИ ...	176
4.1. Ограничители текущего конкурентного и временные горизонты стратегического конкурентного анализа	176
4.2. Долговременные цели развития и требования к конкурентному анализу	181
4.3. Переход к инновационной экономике и роль стратегического конкурентного анализа	190
4.4. Очередной национальный проект, либо элемент долговременной стратегии конкурентной борьбы?	195
4.5. Основные черты стратегического конкурентного анализа	198
4.6. Особенности стратегического конкурентного анализа в условиях многополярного мира	206

Глава 5. МЕСТО И РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА В РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НАЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ	209
5.1. Стратегический конкурентный и инновационный анализ	209
5.2. Стратегический конкурентный и маркетинговый анализ	216
5.3. Стратегический конкурентный и геоэкономический анализ	227
5.4. Роль стратегического конкурентного анализа в кардинальной модернизации демографической программы страны	239
5.5. Место стратегического конкурентного анализа в развитии институциональных преобразований ..	253
Глава 6. МЕТОДЫ И ЭТАПЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА	266
6.1. Этапы проведения стратегического конкурентного анализа	266
6.2. Концептуальный подход к проблеме идентификации методов анализа	273
6.3. Методы многомерной статистики в стратегическом конкурентном анализе	286
6.3.1. Общие подходы к многомерному анализу	286
6.3.2. Факторный анализ: понятие, специфика и модель	287
6.3.3. Этапы факторного анализа	290
6.3.4. Понятие кластерного анализа и его специфика	300
6.3.5. Модель кластерного анализа	303
6.3.6. Этапы кластерного анализа	304
6.4. Корреляционный анализ	317
6.4.1. Общие подходы к корреляционному анализу	317
6.4.2. Статистические методы изучения связи между двумя признаками	322
6.5. Регрессионный анализ	339
6.5.1. Парный регрессионный анализ	339
6.5.2. Множественный регрессионный анализ...	350

6.6. Метод экспертных оценок в стратегическом конкурентном анализе	355
6.6.1. Общие подходы к многомерному анализу	355
6.6.2. Основные стадии экспертного опроса	359
6.6.3. Подбор экспертов	361
6.6.4. Разработка регламента проведения сбора и анализа экспертных мнений	363
6.6.5. Современная теория измерений и экспертные оценки	369
6.6.6. Метод согласования кластеризованных ранжировок	380
6.6.7. Математические методы анализа экспертных оценок	385
Глава 7. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА	393
7.1. Данные стратегической конкурентной разведки	393
7.2. Прогнозы социально-экономического и научно-технического развития	403
7.3. Отраслевые прогнозы	416
7.4. Результаты маркетинговых исследований	430
7.5. Аналитические разработки зарубежных и отечественных спецслужб	440
Заключение	458
Ссылки и комментарии	461
Приложения	473
<u>Приложение 1. Направление оценки отрасли</u>	<u>473</u>
<u>Приложение 2. Характеристика приоритетного конкурента: компания и ее подразделения</u>	<u>476</u>
<u>Приложение 3. Распределение Стьюдента (Т-распределение)</u>	<u>478</u>