

ББК 65.2/4
УДК 65.0
У 66

Рецензенты:
Бурдин Н.А., д.э.н., профессор,
Московский государственный университет леса
Данченко Л.А., д.э.н., профессор,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

АВТОРСКИЙ КОЛЛЕКТИВ

Работа выполнена авторским коллективом в составе: д.э.н., профессор Меньшикова М.А. (руководитель авторского коллектива), д.э.н., профессор Веселовский М.Я., д.э.н., профессор Христофорова И.В., д.э.н., профессор Фиров Н.В., к.э.н., доцент Журавлева Н.В., к.э.н., доцент Курдюкова Н.О., к.э.н., доцент Джамалдинова М.Д., Струкова Т.Ю., Грачикова Н.Л., Козлов В.К., (ГБОУ ВО МО "Технологический университет"), д.э.н., профессор Бутко Г.П. (АНОО ВО "Уральский Финансово-Юридический институт"), к.э.н., Поротников П.А.. (ФГКОУ ВО Уральский Юридический институт МВД России), к.э.н., доцент Макеева Д.Р.(ФГБОУ ВО РГСУ), д.э.н., доцент Черникова Л.И.(ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»)

Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий региона на основе инновационно-маркетинговых технологий: коллективная монография / Под ред. Меньшиковой М.А., Бутко Г.П., Поротникова П.А./ – М.: Издательство «Научный консультант», 2016 – 230 с.

ISBN: 978-5-9908220-2-3

В работе рассмотрены вопросы конкуренции как фактора маркетинговой среды, проанализирована взаимосвязь понятий "конкуренция" и "конкурентные преимущества". Проведена оценка развития лесопромышленного комплекса и представлен механизм управления конкурентоспособностью с позиции трансформации в условиях конкурентного рынка, рассмотрен порядок формирования стратегий конкурентных преимуществ и инновационной системы. Изложен конкурентно-инновационный подход к оценке деятельности предприятия, рассмотрены возможности обеспечения конкурентоспособности на основе инновационного управления.

Издание предназначено для руководителей и специалистов региональных органов управления, промышленных предприятий, научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов высших учебных заведений.

ББК 65.2/4
УДК 65.0

ISBN: 978-5-9908220-2-3

© Коллектив авторов, 2016
© Оформление. Издательство
«Научный консультант», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. КОНКУРЕНЦИЯ КАК ФАКТОР МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ	10
1.1. Понятие и сущность конкурентных преимуществ	10
1.2. Методики анализа конкурентных преимуществ.....	18
1.3. Конкурентные стратегии фирм.....	26
1.4. Взаимообусловленность понятий «конкуренция» и «конкурентные преимущества»	31
1.5. Теория конкуренции с позиций маркетинга.....	52
1.6. Маркетинг как элемент создания конкурентных преимуществ	63
Глава 2. РАЗВИТИЕ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ РЫНКА ЛЕСНЫХ ТОВАРОВ	73
2.1. Уровень развития лесопромышленного комплекса в экономике Российской Федерации в условиях конкурентного рынка	73
2.2. Механизм управления конкурентоспособностью с позиции трансформации мировых рынков лесных товаров.....	85
2.3. Особенности жизненного цикла конкурентного преимущества предприятий лесопромышленного комплекса	105
Глава 3. ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ	117

3.1. Формирование стратегий конкурентных преимуществ как основы эффективной маркетинговой деятельности	117
3.2. Формирование инновационной системы в условиях конкурентного рынка	131
3.3. Устойчивость как основа конкурентоспособности предприятий	150
3.4. Выбор маркетинговых средств как механизма обеспечения конкурентных преимуществ на предприятиях ЛПК	161
Глава 4. ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ	184
4.1. Конкурентно-инновационный подход к оценке деятельности предприятия	184
4.2. Генезис представлений о сущности и роли нововведенийс позиции создания конкурентных преимуществ	191
4.3. Сущность инноваций и их классификация.....	193
4.4. Обеспечение конкурентоспособности на основе инновационного управления	200
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	210
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....	216
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	217