

Ильшев А.М.

Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А.М. Ильшев, Н.Н. Ильшева, Т.С. Селевич. — М: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. - 480 е.: ил.

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 проведении 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

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 геоэкономической 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. ЭТАПЫ И МЕТОДЫ 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 научно-технического и социально-экономического 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.</u> Направление оценки отрасли.....	473
<u>Приложение 2.</u> Характеристика приоритетного конкурента: компания и ее подразделения.....	476
<u>Приложение 3.</u> Распределение Стьюдента (Т-распределение).....	478