



Рекомендовано Советом Учебно-методического объединения ВУЗов России по образованию в области менеджмента в качестве учебника по направлению "Менеджмент"

Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 365 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет)  
ISBN 978-5-16-005115-4

В учебнике изложены, иллюстрированные примерами положения, концепции и инструменты стратегического менеджмента. Рассматривается стратегический анализ компании, отрасли, конкуренции и конкурентного преимущества. Особое внимание уделено отраслевым инновационным и традиционным бизнес-стратегиям, корпоративным стратегиям интеграции, диверсификации, стратегии многопрофильных компаний, стратегии интернационализации компаний и новейшим тенденциям в стратегическом менеджменте. Включает темы и вопросы, изучение которых необходимо для овладения компетенциями, предусмотренными новыми ФГОС ВПО Российской Федерации по

стратегическому менеджменту.

Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 080200 «Менеджмент», слушателей бизнес-школ, аспирантов.

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ГЛАВА 1	
ВВЕДЕНИЕ В СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	5
1.1. ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИИ	5
1.1.1. Стратегии	5
1.1.2. История деловой стратегии	7
1.1.3. Корпоративная стратегия и бизнес-стратегия	12
1.1.4. Функции стратегического менеджмента	15
1.2. КОМПОНЕНТЫ СТРАТЕГИИ	17
1.2.1. Стратегические цели	17
1.2.2. Стратегия создания ценности	18
1.2.3. Анализ реальных опционов	24
1.2.4. Принципы создания ценности в стратегическом анализе	27
1.2.5. Ценности, миссия и видение	31
Вопросы для повторения	34
ГЛАВА 2	
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОМПАНИИ	35
2.1. РЕСУРСЫ И СПОСОБНОСТИ	35
2.1.1. Стратегическая роль ресурсов и способностей	35
2.1.2. Ресурсы фирмы	37
2.1.3. Организационные способности фирмы	42
2.1.4. Оценка потенциала ресурсов и способностей	46
2.1.5. Активизация ресурсов и способностей	49
2.1.6. Развитие ресурсов и способностей	54
2.2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СТРУКТУРЫ И СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ	59
2.2.1. Эволюция предприятия	59
2.2.2. Принципы организационной структуры	60
2.2.3. Иерархия	64
2.2.4. Построение организационной структуры	69
2.2.5. Альтернативные формы организационной структуры	72
2.2.6. Управленческие системы координации и контроля	77
Вопросы для повторения	84
ГЛАВА 3	
АНАЛИЗ ОТРАСЛИ И КОНКУРЕНЦИИ	85
3.1. ПРИНЦИПЫ АНАЛИЗА ОТРАСЛИ	85
3.1.1. Окружающая среда и отрасль	85
3.1.2. Спрос и предложение в отрасли	87
3.1.3. Анализ привлекательности отрасли	88
3.1.4. Применение анализа отраслевой структуры	100
3.1.5. Выявление главных факторов успеха	107
3.2. ОТРАСЛЕВОЙ И КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ	110
3.2.1. Развитие модели пяти сил конкуренции	110
3.2.2. Применение теории игр	113
3.2.3. Анализ конкурентов	119
3.2.4. Анализ сегментации рынка	123
3.2.5. Анализ стратегических групп	128
Вопросы для повторения	129
ГЛАВА 4	

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО	130
4.1. ПРИРОДА И ИСТОЧНИКИ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА	130
4.1.1. Задачи анализа конкурентного преимущества	130
4.1.2. Появление конкурентного преимущества	131
4.1.3. Устойчивое конкурентное преимущество	136
4.1.4. Конкурентное преимущество на разных рынках	140
4.1.5. Преимущества по издержкам и по различию	143
4.2. ЛИДЕРСТВО ПО ИЗДЕРЖКАМ	146
4.2.1. Цели и задачи достижения лидерства по издержкам	146
4.2.2. Экономия за счет опыта	147
4.2.3. Источники преимущества по издержкам	150
4.2.4. Использование цепочки ценности для издержек	158
4.2.5. Управление сокращением издержек	160
4.3. КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ	162
4.3.1. Природа и преимущества дифференциации	164
4.3.2. Дифференциация спроса	166
4.3.3. Дифференциация предложения	171
4.3.4. Цепочка ценности и анализ дифференциации	176
Вопросы для повторения	179
ГЛАВА 5	
ОТРАСЛЕВЫЕ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ	181
5.1. ЭВОЛЮЦИЯ ОТРАСЛЕЙ	181
5.1.1. Жизненный цикл отрасли	181
5.1.2. Факторы успеха в течение жизненного цикла	186
5.1.3. Организационная адаптация к изменениям	191
5.1.4. Альтернативные подходы к анализу отраслей	198
5.2. СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ	201
5.2.1. Конкурентное преимущество в наукоемких отраслях	202
5.2.2. Стратегии эффективного использования инноваций	208
5.2.3. Конкуренция за стандарты	214
5.2.4. Применение технологических стратегий	219
5.3. КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В ЗРЕЛЫХ ОТРАСЛЯХ	225
5.3.1. Конкурентное преимущество в зрелых отраслях	225
5.3.2. Реализация стратегии в зрелых отраслях	232
5.3.3. Стратегии для угасающих отраслей	236
Вопросы для повторения	240
ГЛАВА 6	
КОРПОРАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ	241
6.1. ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ	241
6.1.1. Сфера деятельности компании	241
6.1.2. Транзакционные издержки и границы фирмы	242
6.1.3. Издержки и выгоды вертикальной интеграции	244
6.2. СТРАТЕГИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ	257
6.2.1. Диверсификация	257
6.2.2. Долгосрочные тенденции диверсификации	259
6.2.3. Цели диверсификации	262
6.2.4. Конкурентное преимущество диверсификации	265
6.2.5. Диверсификация и эффективность	271
6.3. УПРАВЛЕНИЕ МНОГОПРОФИЛЬНЫМИ КОМПАНИЯМИ	274
6.3.1. Многопрофильные компании	274
6.3.2. Структура многопрофильной компании	275
6.3.3. Роль корпоративного управления	279
6.3.4. Управление корпоративным портфелем	280
6.3.5. Управление отдельными направлениями бизнеса	286
6.3.6. Управление внутренними связями	294
6.3.7. Новые задачи топ-менеджеров	302
Вопросы для повторения	304
ГЛАВА 7	
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	305
7.1. ГЛОБАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ	305
7.1.1. Интернационализация экономики	305
7.1.2. Международная конкуренция в отрасли	306
7.1.3. Конкурентное преимущество в условиях интернационализации	309
7.1.4. Международное размещение производства	315
7.1.5. Стратегии входа на зарубежные рынки	318
7.1.6. Многонациональные стратегии	324
7.1.7. Стратегия и организация многонациональной корпорации	329

7.2.	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА	336
7.2.1.	Тенденции во внешней среде	336
7.2.2.	Новые направления в стратегическом мышлении	338
7.2.3.	Ремоделирование организации	346
7.2.4.	Новые способы руководства	354
	Вопросы для повторения	356
	ЛИТЕРАТУРА	358