

ГЛОССАРИЙ

№ п/п	Новые понятия	Содержание
1	2	3
1	Факторы, влияющие на стратегию компании	факторы, характеризующие состояние отрасли, и факторы, характеризующие конкурентные возможности компании
2	Жизненный цикл отрасли	период времени, необходимый для прохождения отраслью стадий зарождения, роста, зрелости и спада
3	Факторы, характеризующие состояние отрасли	стадия жизненного цикла отрасли, структура отрасли, особенности пяти конкурентных сил, масштабы деятельности конкурентов
4	Факторы, характеризующие конкурентные возможности компании	тип компании (лидер, претендент и т.д.), сильные (слабые) стороны, возможности (угрозы) ее деятельности
5	Типы конкуренции в отраслях	конкуренция в отраслях, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, конкуренция в раздробленных отраслях, конкуренция на международных рынках
6	Стратегии компаний в отраслях с разными типами конкуренции	стратегии, использование которых обеспечивает конкурентные преимущества в условиях данного типа конкуренции
7	Глобальная конкуренция	форма международной конкуренции, для которой характерно то, что конкурентная позиция компании в одной стране существенно влияет на ее позиции в других странах
8	Международные стратегии	стратегии компании, работающей на мировом рынке
9	Глобальная стратегия	выбор единого конкурентного подхода, выбор единой общей стратегии конкуренции
10	Многонациональная стратегия	приспособление стратегического подхода к конкурентной ситуации на рынке каждой страны

11	Стратегические альянсы (объединения)	соглашения о сотрудничестве между компаниями без их слияния
12	Стратегии лидеров отрасли	стратегия наступления, стратегия обороны и укрепления, стратегия превращения конкурентов в следующих за лидером
13	Стратегии фирм, находящихся на вторых ролях	стратегии претендентов и стратегии последователей
14	Стратегии претендентов	стратегии, связанные с вызовом лидеру, направленные на создание своих конкурентных преимуществ, включающие не атаку лидера, а имитацию политики лидера
15	Стратегии последователей	стратегия вакантной ниши, стратегия специалиста, стратегия «у нас лучше, чем у них», стратегия «послушного последователя», стратегия «рост за счет приобретения», стратегия характерного имиджа
16	Стратегии фирмы со слабыми конкурентными возможностями	стратегия кругового наступления, стратегия обороны и укрепления, стратегия немедленного отступления, стратегия «сбора урожая»
17	Критерии оценки диверсификации	привлекательность отрасли, затраты на вхождение, дополнительные выгоды
18	Стратегии диверсификации	стратегии вхождения в новую отрасль, диверсификации в родственные отрасли, диверсификации в неродственные отрасли, свертывания и ликвидации, реструктурирования портфеля, восстановления, экономии, многонациональной диверсификации
19	Стратегическое соответствие	соответствие родственных отраслей, создающее предпосылки для конкурентного преимущества
20	Рыночное соответствие	соответствие между производствами при совпадении потребителей, каналов распределения или методов продвижения

1	2	3
21	Производственное соответствие	возможность передачи опыта снабжения, исследований и разработок, новых технологий, делового администрирования
22	Управленческое соответствие	соответствие, возникающее, если производства имеют схожие проблемы организации и управления, что позволяет проводить обмен опытом
23	Матричный анализ	анализ, основанный на использовании матриц хозяйственного портфеля
24	Матрица хозяйственного портфеля	двумерная модель, таблица, построенная на основе любой пары показателей, отражающих стратегические позиции фирмы (ее подразделения)
25	Показатели, отражающие стратегические позиции	темпы роста отрасли, доля рынка, долгосрочная привлекательность отрасли, конкурентоспособность, стадия жизненного цикла продукта или отрасли
26	Матрица «рост-доля» (матрица БКГ)	анализ позиций хозяйственных подразделений диверсифицированных компаний по темпам роста отрасли и относительной доле рынка
27	Квадрант (клетка) матрицы	часть матрицы, которую отличают определенные значения показателей, характеризующих стратегические позиции
28	Матрица «привлекательность отрасли – позиция в конкуренции»	анализ хозяйственных подразделений на основе оценок долгосрочной привлекательности отрасли и позиций подразделений в конкуренции
29	Матрица жизненного цикла портфеля	анализ хозяйственных подразделений по стадиям жизненного цикла отрасли
30	Оценка привлекательности отрасли	оценка привлекательности каждой отрасли, представленной в портфеле (как таковой), привлекательности каждой отрасли относительно других отраслей, привлекательности всего набора отраслей

31	Оценка перспектив развития хозяйственных единиц диверсифицированной компании (по перспективам роста и получения прибыли)	этап стратегического анализа, задача которого – оценка перспектив развития и получения прибыли хозяйственными единицами
32	Анализ стратегического соответствия	определение тех хозяйственных подразделений, которые имеют важные стратегические соответствия с другими элементами хозяйственного портфеля, и оценка их соответствия стратегии компании
33	Ранжирование хозяйственных подразделений по приоритетности финансирования	определение того, где компания должна сконцентрировать новые капитальные вложения, и основного стратегического направления деятельности каждого подразделения
34	Базовый стратегический подход по бизнес-единице	стратегия корпорации в отношении бизнес-единицы, заключающаяся в инвестировании и росте, укреплении и защите, пересмотре и изменении положения, «сборе урожая» и ликвидации
35	Главные достоинства	все то, что компания или ее подразделения делают лучше других; обеспечивают конкурентное преимущество
36	Рейнжиниринг бизнес-процессов	перестройка стратегически важного бизнеса с целью координации деятельности разных отделов и сокращения раздробленности функций между ними
37	Организационная культура компании	система ценностей организации, убеждения, традиции, стиль работы, внутренняя среда