

БИБЛИОТЕКА КНИГИКРАТКО

**КРАТКОЕ  
СОДЕРЖАНИЕ  
«ДИЛЕММА  
ИННОВАТОРА: КАК  
ИЗ-ЗА НОВЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ  
ПОГИБАЮТ  
СИЛЬНЫЕ  
КОМПАНИИ»**

**Библиотека КнигиКратко**  
**Краткое содержание**  
**«Дилемма инноватора: Как**  
**из-за новых технологий**  
**погибают сильные компании»**  
**Серия «КнигиКратко»**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=27360518](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=27360518)*

*DG Win&Soft;*

### **Аннотация**

**Этот текст – сокращенная версия книги «Дилемма инноватора: Как из-за новых технологий погибают сильные компании».** Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты.

Почему лучшие компании – с компетентным руководством и мощными ресурсами – порой теряют лидирующие позиции на рынке под натиском новых технологий? Профессор Гарвардской школы бизнеса Клейтон М. Кристенсен дает однозначный ответ на этот вопрос: зачастую сама практика менеджмента, благодаря которой компании становятся лидерами отрасли, мешает им разрабатывать новые технологии, которые в конечном счете

выживают их с рынка. Как этого избежать – читайте в знаменитом бестселлере Кристенсена «Дилемма инноватора».

Революционная идея профессора Кристенсена состоит в том, что следует различать две формы разработки и выведения на рынок новых продуктов – иначе говоря, два вида инноваций: поддерживающие и «подрывные». Хорошо управляемые компании превосходно разрабатывают поддерживающие технологии, которые совершенствуют их продукты по характеристикам, имеющим значение для потребителя. Практика менеджмента в таких компаниях способствует тому, чтобы они:

- прислушивались к потребителям;

- активно инвестировали в технологии, которые дают потребителям то, чего они хотят;

- стремились к более высокой прибыльности;

- ориентировались на более крупные, а не на мелкие рынки.

Все это способствует тому, что крупные компании не знают себе равных в деле совершенствования старых продуктов. Однако есть и другой тип продуктов, которые традиционно вызывают панику на устоявшемся рынке. Для их обозначения Кристенсен ввел термин «„подрывные“ технологии». Энди Гроув, основатель компании Intel, назвал это «эффектом Кристенсена», а журнал Forbes – «атакой с черного хода».

В книге «Дилемма инноватора» описываются мощные силы, которые действуют в хорошо управляемых компаниях и не позволяют им самостоятельно разрабатывать «подрывные» технологии, заставляя бесконечно совершенствовать устаревающие поддерживающие технологии. В этих условиях перед современными руководителями, по

мнению Кристенсена, стоит особенно сложная задача. Подобно греческому Одиссею, сумевшему провести свой корабль между мифическими чудовищами Сциллой и Харибдой, им предстоит уберечь корабли своих компаний как от «подрывных» атак молодых конкурентов, так и от бесконечной разрушительной гонки поддерживающих технологий. Профессор Кристенсен показывает современным Одиссеям, как понимание принципов технологического развития может помочь им и их компаниям выжить в океане инноваций.

**Напоминаем, что этот текст – краткое изложение книги**

# Клейтон М. Кристенсен

## «Дилемма инноватора»

**Дилемма инноватора: между Сциллой и Харибдой**

*Почему лучшие компании – с компетентным руководством и мощными ресурсами – порой теряют лидирующие позиции на рынке под натиском новых технологий? Профессор Гарвардской школы бизнеса Клейтон М. Кристенсен дает однозначный ответ на этот вопрос: зачастую сама практика менеджмента, благодаря которой компании становятся лидерами отрасли, мешает им разрабатывать новые технологии, которые в конечном счете выживают их с рынка. Как этого избежать – читайте в знаменитом бестселлере Кристенсена «Дилемма инноватора».*

Революционная идея профессора Кристенсена состоит в том, что следует различать две формы разработки новых стратегий и направлений деятельности, создания и выведения на рынок новых продуктов – иначе говоря, два вида инноваций: поддерживающие и «подрывные». Хорошо управляемые компании превосходно разрабатывают поддерживающие технологии, которые совершенствуют их продукты по характеристикам, имеющим значение для потребителя. Практика менеджмента в таких компаниях способствует

тому, чтобы они:

- прислушивались к потребителям;
- активно инвестировали в технологии, которые дают потребителям то, чего они хотят;
- стремились к более высокой прибыльности;
- ориентировались на более крупные, а не на мелкие рынки.

Все это способствует тому, что крупные компании не знают себе равных в деле совершенствования старых продуктов. Однако есть и другой тип продуктов, которые традиционно вызывают панику на устоявшемся рынке. Для их обозначения Кристенсен ввел термин «“подрывные” технологии». Энди Гроув, основатель компании Intel, назвал это «эффектом Кристенсена», а журнал Forbes – «атакой с черного хода».

В книге «Дилемма инноватора» рассказывается, как «подрывные» технологии вытесняют старые, и описываются мощные силы, которые действуют в хорошо управляемых компаниях и не позволяют им самостоятельно разрабатывать такие технологии. Профессор **Кристенсен**

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.