

Клейтон М. Кристенсен

Дилемма инноватора

Ключевые
идеи за

30 минут



smart reading
Книги в кратком изложении

Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг

Smart Reading

Ключевые идеи книги: Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. Клейтон Кристенсен

«Смарт Ридинг»

2020

Smart Reading

Ключевые идеи книги: Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. Клейтон Кристенсен / Smart Reading — «Смарт Ридинг», 2020 — (Smart Reading. Ценные идеи из лучших книг)

Этот текст – сокращенная версия книги Клейтона Кристенсена «Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании». Только самые ценные мысли, идеи, кейсы, примеры. О книге В книге Клейтона Кристенсена «Дилемма инноватора» подробно изложена «самая влиятельная бизнес-идея начала XXI века» – теория «подрывных инноваций». Автор анализирует причины, по которым двигателями прогресса, как правило, становятся аутсайдеры рынка. И объясняет, почему бюрократизированные иерархические системы не способны к быстрому реагированию. Крупнейшие компании стремительно утрачивают доминирующие позиции именно потому, что все делают правильно. В борьбе с текущей конкуренцией они игнорируют появление революционных продуктов и услуг. Так, например, по этой причине с появлением цифровых технологий едва не обанкротилась компания Kodak. «Дилемма инноватора» – бестселлер Wall Street Journal и Businessweek. Входит в рейтинг «100 книг Amazon о лидерстве и успехе». Зачем читать • Освободиться от мнений инвесторов и потребителей о вашем бизнесе. • Избавиться от устаревшей стратегии «постоянного роста». • Найти баланс между инновациями и качеством продукта или услуги. Об авторе Клейтон Кристенсен – американский ученый, бизнес-консультант, известный мормон. Читает лекции по управлению в Гарвардской школе бизнеса. Входит в совет директоров компании Tata Consultancy Services, активно инвестирует в промышленность Юго-Восточной Азии. Известен как создатель теории подрывных инноваций, самой влиятельной идеи начала XXI века. Интерес к его работам возрос после того, как ему удалось восстановиться после инфаркта, инсульта, рака и вернуться к полноценной деятельности.

© Smart Reading, 2020

© Смарт Ридинг, 2020

Содержание

Вступление	7
1. Дилемма инноватора номер 1: зависимость от мнения потребителей и инвесторов	8
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Краткое содержание книги: Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. Клейтон Кристенсен

Оригинальное название:

The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail

Автор:

Клейтон Кристенсен

Тема:

Маркетинг

Правовую поддержку обеспечивает юридическая фирма AllMediaLaw
www.allmedialaw.ru

Вступление

Динамика современного окружения требует от любой компании постоянного развития. Без развития не будет ни прибыли, ни желаемого положения на рынке. Соответственно, для движения вперед нужны инновации или новые технологии в жизненном цикле товара или услуги. Сам термин «технология» указывает на путь превращения предприятием ресурсов в нечто конечное. А результат технологии призван удовлетворить потребность клиентов.

Далеко не всегда в жизни организации все получается по плану. Даже модификация производства, абсолютно рентабельная с позиции финансов, может обернуться провалом. В данном случае инновация может стать явлением отрицательным, запоздавшим. Для разъяснения описанного вниманию читателя предлагается разграничение двух видов инноваций.

Поддерживающие инновации характерны для крупных игроков на рынке. Благодаря изменениям технологий они поддерживают свое положение на рынке, привлекают новых клиентов и сохраняют существующих.

Подрывные инновации чаще всего создаются новичками. Такие игроки, как правило, более склонны к риску и могут действовать в условиях полной неопределенности. Однако именно этот тип меняет существующие рынки кардинальным образом. Зачастую лидеры в отрасли не воспринимают такие изменения всерьез, не принимают должных мер нейтрализации. А это может сыграть в дальнейшем злую шутку.

Ознакомившись с саммари, вы сможете разобраться в причинах неудач крупных компаний в борьбе с такими инновациями. Также есть шанс понять возможные методы управления ими. Более того, вы узнаете об изменениях через дилеммы, с которыми сталкиваются менеджеры в компании. То есть через парадоксы в управлении стоит пересмотреть менеджмент в организации.

1. Дилемма инноватора номер 1: зависимость от мнения потребителей и инвесторов

1.1. В первую очередь естественно желание любой компании производить и продавать востребованную продукцию, отвечать полностью на потребности покупателей. Таким образом организация попадает в плен к своим стейкхолдерам, заинтересованным лицам. Особенно это касается потребителей и инвесторов. Из-за этой зависимости компания не готова принять часть вызовов рынка. Все «внутренности» компании подчиняются поведению заинтересованных лиц.

1.1.1. Все ресурсы организации распределяются по определенным направлениям. Эти направления задаются рынком. Получается, что и цепочка создания стоимости подчиняется пожеланиям потребителей. А это значит, что и центральный финансовый вопрос решается в их пользу. Чем больше есть спрос на определенную услугу, тем больше от нее будет ожиданий получить доход до «последнего издыхания».

Стоит провести параллель с продуктовой матрицей Boston Consulting Group. Компании, которые всегда прислушиваются к своим клиентам, попадают в плен товаров и услуг «Дойные коровы». Из-за этого они теряют маневренность действий, жестоко расплачиваясь за это в дальнейшем.

1.1.2. Не только ресурсы тормозят процесс реагирования на инновации. Процедуры, принятые в организации, тоже вносят свой значительный вклад. Процесс принятия решений, скажем, идет по определенному сценарию. Сначала происходит сбор мнений внизу и консультирование с менеджерами среднего уровня. А только затем все идеи фильтруются. В конце идет обсуждение дальнейших действий руководством высшего уровня. При этом отбор концепций как раз и отсекает все возможные противоречащие пункты. Отсекаются в первую очередь несоответствия принятой стратегии по продажам. Процедуры ограничивают доступ лиц, принимающих решение, ко всему кругу альтернативных решений.

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.