

УДК 65.011
ББК 65.290
К78

Перевод с английского Е. Калининой
Научный редактор Е. Аузан

Кристенсен К.

К78 Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Клейтон Кристенсен, Майкл Рейнор ; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2016. — 290 с.

ISBN 978-5-9614-4590-9

На примере компаний из разных отраслей авторы книги К. М. Кристенсен и М. И. Рейнор показывают, что постоянный прибыльный рост можно обеспечить за счет инновационных «подрывных» проектов и сделать процесс внедрения инноваций вполне предсказуемым. Чтобы достичь успеха при создании нового растущего бизнеса, руководитель должен хорошо овладеть теорией и по мере превращения идеи «подрывного» продукта в бизнес-план, продумывать каждое свое решение и действовать в соответствии с условиями, в которых компания реализует свою стратегию. В каждой главе авторы излагают теорию, призванную помочь руководителям принимать решения, ключевые для успеха инновационного бизнеса.

Книга предназначена для менеджеров, предпринимателей, а также студентов и преподавателей экономических вузов.

УДК 65.011
ББК 65.290

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpinabook.ru.

© Harvard Business School Publishing Corporation, 2003

Published by arrangement with Harvard Business School Press

© ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР», издание на русском языке, оформление, перевод, 2016

ISBN 978-5-9614-4590-9 (рус.)
ISBN 1-57851-852-0 (англ.)

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Предисловие к российскому изданию</i>	7
<i>С благодарностью</i>	9
Глава 1. Императив роста	13
Глава 2. Как победить самых сильных конкурентов?	41
Глава 3. Какие товары нужны потребителям?	86
Глава 4. Кто наши лучшие потребители?	113
Глава 5. Как правильно определить масштабы бизнеса?	133
Глава 6. Как не обезличить свои продукты?	157
Глава 7. Как компании развивать свой «подрывной» бизнес?	183
Глава 8. Как управлять разработкой стратегии?	215
Глава 9. Какие деньги «хорошие» и какие — «плохие»?	235
Глава 10. Какова роль высшего руководства в управлении растущим бизнесом?	265
Эпилог. Передача эстафеты	283