

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/405437>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Менеджмент (другое)

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ 4

ГЛАВНЫЕ ИДЕИ КНИГИ ДЖИМА КОЛЛИНЗА И МОРТЕНА ХАНСЕНА «ВЕЛИКИЕ ПО СОБСТВЕННОМУ ВЫБОРУ» 13

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 16

Тактика, которая получила название "начинай с пуль, а потом используй ядра", является одним из элементов стратегии десятикратников, называемой эмпирической креативностью. Давайте поговорим подробнее об этой стратегии. Суть ее заключается в том, что сначала на рынок выпускаются недорогие инновационные продукты с низким уровнем риска, то есть "пули", которые "стреляют" в разных направлениях. При обнаружении подходящей цели, десятикратники начинают использовать более мощное оружие в виде "ядер". В 2001 году Apple представила одну из таких "пуль" - небольшой и недорогой MP3-плеер, совместимый только с компьютерами Mac. Этот плеер, первая версия iPod, был низкорисковым и не отнимал значительных ресурсов и времени компании от основного продукта - компьютеров Mac. Начальные продажи были обнадеживающими, поэтому Apple выпустила еще одну "пулю" - онлайн-магазин музыки iTunes, также совместимый только с компьютерами Mac. Пользователи iPod и iTunes оценили эти продукты, потому что теперь им было доступно легальное и недорогое скачивание музыки. Таким образом, "пули" достигли цели. Это было эмпирическим доказательством того, что пришло время использовать "ядра" - iTunes и iPod, совместимые не только с компьютерами Mac. Эти крупные и инновационные продукты точно попали в цель, которая была обнаружена благодаря двум небольшим и низкорисковым "пулям". И что произошло дальше, уже известно всем.

Необходимо соблюдать строгую дисциплину вместе с инновациями. Часто существует множество ошибочных представлений о том, что в быстро меняющейся среде наиболее успешными являются самые инновационные компании. Однако само по себе наличие инноваций не гарантирует успеха. Важно, чтобы компания обладала железной дисциплиной. Конечно, каждая компания должна быть инновационной до определенной степени, так как во всех отраслях присутствует порог инноваций, ниже которого нельзя опуститься, чтобы не отставать от конкурентов. Этот порог может быть разным в различных сферах рынка. Например, отрасль информационных технологий имеет относительно высокий порог инноваций. Здесь продукты очень быстро устаревают, и компании вынуждены постоянно предлагать что-то новое, чтобы оставаться конкурентоспособными [2].

В авиационной отрасли уровень инноваций относительно низок, поскольку нет необходимости каждый месяц разрабатывать новые технологии полета. Компании, которые остаются ниже порога инноваций, не ожидают успех, но даже подъем выше этого порога приносит небольшие преимущества. Однако проблема заключается в том, что компания, слишком сфокусированная на инновациях, теряет контроль. Она вкладывает слишком много ресурсов в революционные продукты и недостаточно финансирует другие важные аспекты своего бизнеса. В итоге, необходимо стремиться уделять должное внимание всем аспектам, включая производство, маркетинг и бухгалтерию, и для этого требуется строгая дисциплина. Примером компании, которой удалось победить своего более инновационного конкурента, является Intel. Они достигли успеха, уделяя внимание всем аспектам своего бизнеса, начиная с производства и заканчивая дистрибуцией. Их менеджеры тщательно контролировали расходы и производственные процессы, чтобы клиенты получали продукт вовремя и по разумной цене. Хотя инженеры конкурента AMS были технически более продвинутыми, Intel одержала победу на рынке. Компании, которые заботятся о долгосрочной успешности, всегда ожидают худшего и активно готовятся к этому, основываясь на принципе "продуктивных параноиков".

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коллинз Дж. Великие по собственному выбору / Коллинз Дж, Мортен Х.: Изд-во Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2013-466 с.
2. Лоскутова В.В. Современные концептуально-управленческие подходы к инновационному развитию / Менеджер. 2019. т. 1. № 1 (87). с. 42-49.
3. Морочко Ю.А. Эволюция подхода к построению управленческого учета на предприятии в постсоветской России:Современные вызовы и.вестник апк ставрополья. 2016. № s1. перспективы развития с. 185-188.
4. Хдейб Т.С. Современный подход к пониманию стратегического управленческого учета / инновации и инвестиции. 2021. № 7. с. 113-118.
5. Кононенко Е.Е. Современный подход к формированию управленческой отчетности в организации в сборнике: технологические инновации в современном мире / сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. 2019. с. 175-180.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/405437>