

Бібліотека ділових шедеврів від UMC

УОМ.З  
П 70



М А Й Б У Т Н Є  
**КОНКУРЕНЦІЇ**

ТВОРЕННЯ УНІКАЛЬНОЇ ЦІННОСТІ  
СПІЛЬНО З КЛІЄНТАМИ

**К.К. Прахалад**

співавтор світового бестселера «Конкуруючи за майбутнє»

**Венкат Рамасвамі**

# МАЙБУТНЄ КОНКУРЕНЦІЇ

# **THE FUTURE OF COMPETITION**

*Co-Creating Unique Value with Customers*

C. K. Prahalad  
Venkat Ramaswamy

Harvard Business School Press

Boston, Massachusetts

# МАЙБУТНЄ КОНКУРЕНЦІЇ

*Творення унікальної цінності спільно  
з клієнтами*

К. К. Прахалад  
та  
Венкат Рамасвамі

Переклад з англійської



Київ  
Видавництво Олексія Капусти  
2005

УДК 65.012.32:001:895

ББК 65.290-2  
С79

**СЕРІЯ « БІБЛІОТЕКА ДІЛОВИХ ШЕДЕВРІВ ВІД УМС »**

Загальна редакція: Наталія Ступко  
Літературна редакція: Наталія Пуряєва

**Прахалад, К. К., Рамасвами, Венкат. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільного з клієнтами / Пер. з англ. Михайла Ставицького. — К: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ «Агенція «Стандарт»»), 2005. — 258 с.**

Чому попри необмежені можливості, багато компаній все ще не в змозі задовольнити потреби клієнтів і, відповідно, забезпечити собі надійні позиції на ринку?

На думку авторів, причиною цього є нерозуміння того, що радикально змінюється природа конкуренції. У майбутньому компаніям не достатньо буде просто боротися за пасивні цільові ринки; їм доведеться опанувати стратегії активної співпраці з клієнтами, щоб вільно оперувати технологіями спільного творення цінності. Це стратегічне вміння стане запорукою їхнього успіху.

Книга розрахована на широке коло читачів — керівників усіх рівнів, менеджерів компаній, державних установ та неприбуткових організацій, спеціалістів у галузі управління та маркетингу, викладачів і студентів вищих навчальних закладів та бізнес-шкіл, а також усіх, хто цікавиться питаннями стратегічного менеджменту й ефективного управління бізнесом.

ISBN 966-8961-02-1 (укр.)  
ISBN 1-57851-953-5-9 (англ.)

УДК 65.012.32:001.895  
ББК 65.290-2

Усі права застережено. Жодна частина цієї книги не може бути відтворена у будь-якій формі, електронній чи механічній, повністю чи частково, без письмової згоди на це власника авторських прав.

Copyright © 2004 C.K. Prahalad and Venkatram Ramaswamy  
Harvard Business School Publishing Corporation  
All rights reserved

This translation is published by arrangement with Harvard Business School Press (USA) via Alexander Korzhenevski Agency (Russia).

© Людмила Савицька, наукове редагування, 2005

© Андрій Янович, дизайн обкладинки, 2005

© Видавництво «Агенція «Стандарт»», дизайн, переклад, 2005

<http://www.books.web-standart.net>

(044) 494-4079

---

# ЗМІСТ

---

<b>Передмова.....</b>	<b>VII</b>
<b>Розділ 1. Спільне творення цінності.....</b>	<b>3</b>
<b>Розділ 2. Складники спільного творення.....</b>	<b>19</b>
<b>Розділ 3. Досвід спільного творення.....</b>	<b>35</b>
<b>Розділ 4. Інновація в досвіді.....</b>	<b>51</b>
<b>Розділ 5. Індивідуалізація досвіду.....</b>	<b>73</b>
<b>Розділ 6. Мережі досвіду.....</b>	<b>89</b>
<b>Розділ 7. Ринок як форум.....</b>	<b>113</b>
<b>Розділ 8. Побудова нового стратегічного капіталу.....</b>	<b>131</b>
<b>Розділ 9- Менеджер як споживач.....</b>	<b>149</b>
<b>Розділ 10. Швидке творення знань.....</b>	<b>165</b>
<b>Розділ 11. Стратегія як відкриття .....</b>	<b>187</b>
<b>Розділ 12. Творячи нові можливості для майбутнього.....</b>	<b>201</b>
<b>Допомога в подальших пошуках.....</b>	<b>229</b>