

10. Тихомирова Л.В., Тихомиров М.Ю. Юридическая энциклопедия / Под ред. М.Ю.Тихомирова. – М.: 1999. – 526с.
11. Царькова С.В. Методологические аспекты исследования конкурентоспособности переходной экономики России / Автореферат, М.-1999.-32с.
12. Яндиев М.И. Аналитический обзор "Конкурентоспособность российского производства" / <http://humanities.edu.ru/db/msg/33597>

#### SUMMARY

The article is dedicated to study of the competitive relations at three levels: micro, mesa, macro and methodological aspects of research of competitiveness the goods, enterprise, country. In article the different approaches, with offered a number of scientists for definition of competitiveness concept is exhibited and their advantages or defects has shown. Also the comparative characteristic of the different approaches is given.

УДК 339.137.2

### УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС В МИРЕ КОНКУРЕНЦИИ

Л.А. Платонова

Жизнь человека начинается с рождения и кончается смертью. Смыслом же ее наполняет то дело, которым и занимается человек. Станет ли оно делом его жизни, зависит несколько от обстоятельств, но в основном это заслуга самого человека.

"Настойчивые люди стремятся к совершенству" - девиз всех великих инноваторов [5]. Хонда согласился с этим и построил свой успех на -"провалах". Он верил, что множество "неудач" - эмпирический метод "проб и ошибок" - неотъемлемо от настоящего успеха. По мнению Хонды, способность перенести неудачу за неудачей и при этом не изменить себя - фундаментальная характеристика личности инноватора. Хонда дал краткий философский совет всем будущим инноваторам: "Предприниматели должны быть готовы ставить перед собой неправдоподобные цели и должны быть готовы, к поражениям". Хонда считал каждую неудачу ступенью, приближающей его к грандиозному успеху. Хонда смог повлиять на промышленность мотоциклов и автомобилей больше, чем кто-либо другой в мире. Его влияние заключалось в радикальном изменении не только продукции, но и всего рынка данного товара.

Сила Хонды была в технической элегантности, красоте дизайна и рыночной интуиции. К началу 80-х Хонда стал третьим в числе крупнейших производителей автомобилей в Японии, а к концу 80-х годов - третьим в мире. Его машина "Дрим" ("Мечта"), представленная в 1950, была осуществлением его детской фантазии построить лучшую машину. Затем последовала модель "Супер Клаб", запущенная в 1955 в Японии и в 1957 в Америке со ставшим уже известным, рекламным лозунгом: "Лучшие люди ездят на Хонде". Благодаря этим уникальным продуктам, сопровождаемым впечатляющей рекламной кампанией, Хонда добился устойчивого успеха и изменил эту промышленность, которая одно время находилась в застое. К 1963 году "Хонда" стала доминирующей силой в бизнесе мотоциклов практически в каждой стране мира, обойдя "Харлей-Дэвидсон" и итальянские компании, производящие мотоциклы.

Укрепив позиции в индустрии мотоциклов, энергичный и амбициозный Хонда решил покорить автомобильный рынок и сделал ставку на гоночные машины. Первая гоночная машина дебютировала в 1962 году.

Одной из первых областей, которая подверглась изучению "Хонды", были стандарты чистоты выхлопных газов, установленные американским правительством. Хонда поставил эту проблему главной и представил двигатель с низким уровнем загрязнения - "ССВС". Это устройство, решившее проблемы загрязнения, Хонда установил на модель "Сивик", запущенную в производство в

1975 году и моментально ставшую популярной. Гениальность Хонды заключалась в умении находить простые решения любой проблемы, встававшей в связи с его продуктами.

В 1961 году "Хонда" производила по 100000 мотоциклов в месяц, а к 1968 году в США был выпущен миллионный мотоцикл. К середине восьмидесятых "Хонда" держала в своих руках 60 процентов мирового рынка, а к 1990 годовой выпуск достиг трех миллионов единиц. Он продолжал оснащать свои модели техническими новинками, так же, как делал это, когда завоевывал рынок мотоциклов. Он был настоящим бунтарем, особенно это проявилось, когда в 1974 году на Японию обрушился нефтяной кризис и японские производители пришли к соглашению сократить объем производства продукции и поднять цены. Только Хонда отказался и сделал все наоборот. Хонда удвоил производство и снизил цены больше, чем Форд пятьдесят лет назад. И Хонда оказался прав. Объем продаж компаний "Ниссан" и "Тойота" упал на 40 процентов; объем продаж "Хонды" вырос на 76 процентов и продолжал стремительно расти. К 1987 "Хонда" стала самой быстрорастущей компанией в мире. Хонда стал первым японским руководителем, отмеченным в Зале славы американской автомобильной промышленности [5].

Билл Гейтс образовал "Майкрософт" в 1975 году в Альбукерке, Нью-Мексико. "Майкрософт" занимает доминирующее положение в мире, как в производстве операционных систем, так и в прикладном программировании. Ее MS-DOS действует в системе ПК стандарта "Ай-Би-Эм" и совместимого с "Ай-Би-Эм", типа "Компак" и других дубликатов (клонов). Ее программа Excel работает в "Макинтош" и в ПК Windows 3.0 и 3.1 - достойные соперники системе "Макинтош" для ПК. Выпуск в 1990 году Windows 3.0 имел большой успех. В первый же год "Майкрософт" выпустила три миллиона экземпляров, в то время как "Ай-Би-Эм" - только 300000 своей системы OS/2 - конкурента Windows. В 1991 году "Майкрософт" держала 40 процентов мирового рынка программных продуктов для ПК, а MS-DOS была инсталлирована более чем в 100 млн. компьютеров. С 1993 года "Майкрософт" ежемесячно выпускала миллион копий Windows. В 1993г. объем продаж продуктов "Майкрософт" достигал 3 млрд. дол. Журнал "Пипл" считает Гейтса воплощением истинного предпринимателя-инноватора. Он говорит: "Гейтс в сфере программирования отчасти инноватор, отчасти предприниматель, отчасти торговец, но неизменно гений" [4].

Яркое свидетельство конкурентной природы Гейтса - его боязнь быть побежденным, которая движет его к сверхдостижениям, хотя он и без того является одним из самых богатых людей в мире.

Еще в 1990 году в одном из интервью он сказал: " Я боюсь потерпеть поражение. Это совершенно точно. Каждый день, когда я прихожу в этот офис, я спрашиваю себя: Мы все еще хорошо работаем? Опередил ли кто-нибудь нас? Действительно ли тот или иной продукт принимается хорошо? Что мы можем сделать еще для его усовершенствования?" [4].

Стивом Джобсом в бизнесе руководил принцип: "Это мой путь и это лучший путь". Джобс представлял собой яркий пример авторитарного руководителя. Стив Джобс не был изобретателем первого персонального компьютера "Эппл", его изобрел Стив Возняк. Однако Стив Джобс привел идею ПК в исполнение [2]. Фирма по производству компьютеров "Эппл" была сформирована 1 апреля 1976 года и зарегистрирована в начале 1977 года.". К 1982 году было написано 14000 программ для "Эппл-2". И "Эппл" стала законодателем на рынке ПК. Фактически большинство специалистов считали, что "Ай-Би-Эм" должна будет выпускать свою модель в "Эппл" - совместимом стандарте, не допусти "Эппл" ряд серьезных стратегических ошибок как на рынке аппаратных средств, так и на рынке программного обеспечения. Компьютеры "Эппл", "Лайза", "Макинтош" и "Эппл-3" были несовместимы даже между собой, поскольку их операционные системы были не стандартизированы. В конечном итоге, в середине 1980-х они поняли, какую большую ошибку совершили, но было уже слишком поздно. Если бы "Эппл" не оказалась столь недалеконвидна, то, наверняка стала бы хозяйном рынка ПК. За ней

закрепилась репутация фирмы, заботящейся об удобствах пользователя и посвятившей свою деятельность облегчению выполнения операций и созданию прикладных программ. Удобная для пользователя продукция "Эппл" с самого начала стала доминировать на рынках графических и текстовых редакторов. К 1992 году ежегодный доход достиг 7 млрд. дол. Стив Джобс добился успеха потому, что верил в то, что делал; верил, что путь, который он избрал, - верный путь. Философия Джобса такова: "Мой путь - это лучший путь". Эта философия доступна лишь тем, кто обладает огромной верой в себя и свое дело.

Быть убедительным - это значит уметь представить неоспоримые убедительные аргументы для того, чтобы передать свою систему убеждений другому человеку. Этот талант довольно трудно проявляется даже тогда, когда человек говорит на том же языке и является представителем той же культурной среды, что и его слушатели. Акио Морита, японец, который был одним из основателей "Сони", имеет репутацию одного из лучших торговцев западного мира.

Морита объяснял причины успеха "Сони": "Мы делали то, чего не делали другие; мы стали лидерами, другие следуют за нами". Инноваторы, по мнению Акио Морита, не смогут добиться успеха, не обладая даром убеждения. Они должны убедить финансовое сообщество в том, что их идея осуществима. Морита добился для "Сони" статуса мирового лидера в области бытовой электроники, благодаря горячему стремлению превратить имидж торговой марки "Сделано в Японии" в знак качества. Морита и "Сони" внесли большой вклад, чем кто-либо иной, в утверждение японской технологии. "Сони" принадлежит ведущая роль в процессе стремительного расцвета деловой активности в Японии в послевоенный период. Ее роль - как катализатора - связана с развитием производства первого транзисторного радиоприемника в середине 50-х.

"Сони" имела целый ряд успехов после транзисторного радиоприемника. По данным "Форбс", она занимала в 1990 году 47-е место среди крупнейших фирм мира и 25-е в Японии. Объем продаж "Сони" в 1992 году исчислялся 29 млрд. дол. Компания достигла такого успеха, разработав первый транзисторный телевизор (1959), первый телевизор на жидких кристаллах (1962), видеомагнитофон (1964), телевизионную трубку "Тринитрон" (1968), видеокамеру ("Бетамакс", 1976), 8-миллиметровый рикодер (1983), портативный телевизор (1984) и портативный проигрыватель компакт-дисков (1986). Вдобавок, "Сони" создала и стала производить первые высокочастотные флоппи-диски для персональных компьютеров. Страсть Мориты к музыке привела к тому, что "Сони" стала основным производителем модной потребительской "звуковой" продукции. Морита понимал технические нюансы, поскольку имел образование, но лично не изобрел ни одного продукта. Его вклад заключался в инновационной стратегии рынка и видении потенциальных рыночных возможностей. Одна из его аксиом для успешного проникновения на рынок заключалась в следующем: "Доля рынка более важна для японских компаний, чем немедленная прибыль... Несмотря на некоторые отрицательные аспекты, конкуренция, по-моему, является ключевым фактором для развития промышленности и технологии" [3].

По договору 1 октября 1847 года Вернер Сименс и Иоганн Георг Гальске основали совместную "Организацию по строительству и развитию телеграфа Сименса и Гальске". Постепенно расширяя и совершенствуя свое дело, фирма начала добиваться успеха. И в 1857 году на Первой Всемирной промышленной выставке, проходившей под покровительством английского принца Альберта, Сименсу дали высшую награду - медаль муниципалитета Лондона. Под руководством Сименса были сооружены телеграфные линии, которые впервые техническими коммуникационными средствами соединили отдаленные регионы Европейской части России. С помощью изобретения Сименса царская Россия получила самую совершенную телеграфную систему в мире. Вернер Сименс показал свое высокое мастерство и в области прокладки подводной телеграфной линии, продемонстрировал свои способности к самостоятельной научно-исследовательской работе, которая привела его к замечательным практическим

успехам. Его работа по вопросу электростатической индукции и увеличении электропотока в бутылочном проводе, его кабельная теория принесли ему международное признание как лучшему знатоку этого предмета. Следствием было то, что английское правительство назначило его на должность советника по этим вопросам.

Вернер Сименс следовал принципу, согласно которому его фирма является местом, где постоянно ведется научно-исследовательский поиск. У него никогда не было желания извлекать большую выгоду из реализации товаров, изготовление которых длилось иногда годами и даже десятилетиями. Он постоянно стремился к новому, к прогрессу, стремился открыть в технике новые перспективы и большую часть своей прибыли вложить в новые открытия. Это коренным образом отличало его от тех представителей деловой жизни во всем мире, кто видел свою главную цель в получении чистой прибыли. Занимаясь производством, Сименс считал, что для достижения прогресса нужны не просто опытные данные, а данные, основанные на серьезных, глубоких исследованиях и точных измерениях, которые могут служить основой для проверки рабочего процесса и изготовленного изделия на техническую зрелость. Особая притягательность этой новой, необычной изобретательской фирмы заключалась в ее научных контактах и открытости ее руководителя. Вернер Сименс был человеком, преданным своему делу, техническому прогрессу, связавший судьбу с развитием естественных наук и индустриализацией. В Германии он был одним из первых, кто смог увидеть и осуществить связь между естественно-научными исследованиями, техническим развитием и промышленным применением результатов этих исследований [1].

К принципам работы Генри Форд относил: машины должны быть менее сложны машин других фирм; покупать только за наличные; всю прибыль вкладывать опять в предприятие; имея благоприятное сальдо, всегда располагать оборотными средствами [6].

Он поставлял автомобили на все гонки. Использовал рекламу и энергично организовывал производство. Генри Форд решил построить автомобиль для широкого потребления. Индустрия Форда основывалась на стремлении удовлетворить как можно лучше и сравнительно недорого наибольшее количество людей своей продукцией. Продукцией, которая постоянно совершенствовалась в соответствии с развитием научно-технического прогресса.

Проведя анализ некоторых исторических примеров в бизнесе, можно вывести формулу успеха. Так, чтобы быть успешным лидером в бизнесе, надо быть профессионалом, верить в успех своего предприятия, быть целеустремленным, отдавать своему делу большую часть времени, быть инноватором.

#### Список использованной источников

1. Вейхер З. Вернон фон Сименс: <http://www.bestlibrary.ru>
2. Кошер Дж. Харазматический лидер: <http://www.bestlibrary.ru>
3. Ландрам Дж. Акио Морита – убедительный: <http://www.bestlibrary.ru>
4. Ландрам Дж. Уильям Гейтс3 – стремительный: <http://www.bestlibrary.ru>
5. Ландрам Дж. Соичиро Хонда – упорный: <http://www.bestlibrary.ru>
6. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения: <http://www.bestlibrary.ru>

#### SUMMARY

In article the peculiarities of business management in different spheres of activity has opened. The originality of ideas and management of innovations enterprise for effective competition in market conditions has shown. The "success formula" have introduced for competitive business.