



Конкуренция

РЕГУЛЯТОР ПРАВИЛЬНОЙ ЦЕНЫ

**АЛЕКСАНДР КОРОЛЬКОВ, ОДИН ИЗ ПЕРВЫХ КООПЕРАТОРОВ
В СССР, ОСНОВАТЕЛЬ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОССИЙСКОЙ
КОМПАНИИ – ЛИДЕРА В ОБЛАСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЦИФРОВОЙ ТЕХНИКИ
(БРЕНД ТЕХЕТ) О БОРЬБЕ ХИЩНИКОВ
И ДОБРЫХ ПРОДУКТАХ** ИНТЕРВЬЮ ТИМОФЕЙ КАРЕБА ФОТО ЮРИЙ ЦОЙ

АЛЕКСАНДР КОРОЛЬКОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР И ОСНОВАТЕЛЬ ЗАО «ЭЛЕКТРОННЫЕ СИСТЕМЫ «АЛКОТЕЛ». В 1987 ГОДУ В ЛЕНИНГРАДЕ СОЗДАЛ КОМПАНИЮ НПК «ИНПРЕСС», ОСНОВНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ КОТОРОЙ СТАЛО ПРОИЗВОДСТВО ПЕРСОНАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРОВ SINCLAIR ZX SPECTRUM НА БАЗЕ ЗНАМЕНИТОГО Z80. В 1988 ГОДУ ОДНИМ ИЗ ПЕРВЫХ В СТРАНЕ НАЧАЛ ПРОИЗВОДСТВО КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРИСТАВОК «АОН». В 1989 ГОДУ ЗАПУЩЕНО ПОЛНОМАСШТАБНОЕ ПРОИЗВОДСТВО ТЕЛЕФОННЫХ АППАРАТОВ СЕРИИ «ЛИНПРЕСС». В 1993 ГОДУ ПРОИЗВОДСТВО ТЕЛЕФОННОЙ ТЕХНИКИ ВЫДЕЛЕНО В ОТДЕЛЬНУЮ КОМПАНИЮ ПОД НАЗВАНИЕМ «АЛКОТЕЛ». 2004 ГОД – ГОД СОЗДАНИЯ БРЕНДА ТЕХЕТ.

Конкуренция

КОНКУРЕНЦИЯ – ЭТО ОСНОВНОЙ ДВИГАТЕЛЬ БИЗНЕСА ИЛИ НЕТ?

Я о конкуренции не думаю. Занимаясь бизнесом, я думаю о том, как сделать успешный продукт – хороший, красивый, добрый, качественный, дружелюбный для потребителя, по конкурентоспособной цене. Для меня конкуренция – это постоянный поиск «золотой серединки», оптимального соотношения «цена-дизайн-качество». Чем больше ты вкладываешь интеллекта в продукт, тем он становится дороже. Вот и идет постоянная борьба за оптимальное соотношение.

Может быть, я «неправильный предприниматель», но работать только для зарабатывания денег мне противно. Мне нравится делать продукт, который нужен людям. Я люблю все свои продукты. В них вложена душа. Продукты – как твои дети. Если что-то не так идет, значит, ребенок больной, надо найти ошибку и исправить.

ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ЛИ КОНКУРЕНЦИЯ РАЗВИВАЕТ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ И ПОТРЕБИТЕЛЕМ?

Наверное, является двигателем, но далеко не единственным. Когда кто-то выводит новый продукт, конкуренции еще нет. Например, у айпада конкурентов не было, потому что планшетов не было вообще. И продукт стал суперуспешным. Что двигателем являлось? Не только конкуренция.

Двигателями являются и идеи, и личности, которые стремятся достичь определенных целей и достигают. Ты что-то задумал, а твои будущие потребители еще не знают об этом, но через некоторое время твои идеи материализовались. Ты своими глазами увидел будущее и сформировал его – задействовал людей, деньги, материально-технические ресурсы и привел к тому, что твои продукты купили. К конкуренции это не имеет отношения, это имеет отношение к личности, к идеям людей.

Конкуренция всего лишь помогает рынку определить правильную це-

ну. Она обязывает всех поставщиков, предпринимателей привести цены в соответствие с рыночным спросом. Конкуренция является регулирующим фактором на рынке.

НО БЫВАЕТ, ЧТО ИЗ-ЗА НЕЕ И РЕСТОРАНЫ СЖИГАЮТ, И ПРОВЕРЯЮЩИЕ ОРГАНЫ НАВОДЯТ...

Это не конкурентная борьба, это неестественная конкуренция. А я живу в соответствие с природой. В природе нет такого, что одно дерево на другое натравило молнию или пожар организовало. Естественным образом выживает сильнейший, более здоровое растение или животное, более сильное. Правда, львы между собой не договариваются. Если лев хочет занять территорию, а там есть другой лев, то они дерутся, борются...

КАК ПОЛУЧАЕТСЯ, ЧТО ВЫ ВООБЩЕ О КОНКУРЕНЦИИ НЕ ДУМАЕТЕ, А ВЫИГРЫВАЕТЕ?

Если делаешь хороший, качественный, недорогой продукт, совершаешь правильные действия в каналах продаж, то естественным образом ты становишься конкурентоспособен и побеждаешь.

Здоровая конкуренция – когда в хорошем настроении ты соревнуешься. И если даже кто-то тебя обошел, для тебя это является здоровым стимулом сделать еще лучше. Главное, когда конкуренция приносит только положительные эмоции и привносит элемент соревновательности. Ты постоянно стремишься сделать что-то лучше и лучше по сравнению с конкурентами. Просто есть соперничество: один пораньше вывел продукт, но другой его лучше проработал. Мне кажется, это здоровый дух.

А если ты платишь налоги, а другой – нет, это плохая конкуренция. Меня корбит, когда кто-то придумывает своему продукту иностранное происхождение, например «сделано в Германии». Мне кажется, что это как кредо – быть честными со своими потребителями. Если я – российская компания, то я не хочу придумывать себе

легенду, по-нашему говоря, вранье, что я – корейская компания или швейцарская. Я – за правдивость во всем. Мы не скрываем свое российское происхождение, и когда выходим за рубеж, позиционируем себя как российскую компанию.

ВЫ СКАЗАЛИ, ЧТО ВАЖНЫ ИДЕИ И ЛИЧНОСТИ. ЧТО ЕЩЕ ДВИГАЕТ РЫНОК?

Когда мы задумываем новый продукт, то обязательно погружаемся в среду, чтобы понять – где ты находишься, кто твои конкуренты. Кажется, что рынок забит, просто невозможно ступить ногой, но когда начинаешь изучать, оказывается, что конкурентов не так много, можно оценить их недостатки и свои достоинства.

Выявляешь «тройку» лидеров, которые делают самые лучшие продукты, добавляешь свое – интеллект твоей команды, знание, как свой продукт сделать еще лучше. Конечно, проще было бы купить у китайцев и выпустить под своим брендом. Это стандартная «китайщина». Но приятнее самому вложить много сил, чтобы твой продукт был по-настоящему Продуктом. Как писал Чехов: «В человеке должно быть все прекрасно: и одежда, и душа, и мысли». Так и в продукции должно быть все прекрасно: и упаковка, и качество, и цена, и функционал. Если ты достигнешь в продукте лучших показателей по этим свойствам, то обязательно будешь победителем на рынке в конкурентной среде.

ВЫ УПОМЯНУЛИ ТАКОЕ СЛОВО, КОТОРОЕ ОБЫЧНО НЕ УПОТРЕБЛЯЮТ СО СЛОВАМИ «ПРОДУКТ», «ТОВАР», – ДОБРЫЙ.

Как говорят англоязычные: friendly. Дружелюбный продукт – понятное описание, все располагает. Продукт должен быть добрым. У нас задача не просто продать товар, я хочу, чтобы наши потребители получали удовольствие от пользования нашими продуктами. От злого продукта удовольствия не получишь.

Конкуренция

план, заставлял штамповать какие-то ненужные болванки, искусственно ограничивались потребности в других нужных вещах. Это не по законам природы.

А китайцы, сохранив тот же строй, всего лишь стали жить в соответствии с природой. У них в голове конфуцианство, так что они, видимо, ближе к природе оказались. Они восприняли уроки капитализма, и посмотрите, чего достигли – делают все и вся.

Мы живем в социуме. Не нужно ничего придумывать искусственного, а все наши бизнес-процессы естественно коррелируют с процессами в обществе, поэтому задача предпринимателя – удовлетворять естественные потребности людей, не придумывать что-то искусственное. Это – самое лучшее. Один закон природы и бизнеса – делать естественные вещи.

А ГДЕ КРИТЕРИЙ ТОГО, ЧТО ДЕЛАЕШЬ ВЕЩИ ЕСТЕСТВЕННЫЕ ИЛИ НЕТ?

Что я считаю неестественным? Да та же борьба с конкурентами! Естественная конкуренция – когда ты честно делаешь: ты покупаешь за 5 копеек, и они покупают за 5 копеек, ты не можешь купить за 4, потому что цена на рынке – 5. Если он купил за 5, а ты за 10, то ты – дурак, потому что мог поторговаться и дешевле купить.

Красивый продукт должен быть в гармонии с природой. Ведь в ней все красиво, куда глаз не кинешь. В бизнесе продукты тоже должны быть максимально гармоничными. Мой принцип: делать вещи красиво, добротно, «френдли», в соответствии с природой. Но если ты сделал хороший продукт, но стоит он дорого, его никто не купит.

ВЫ ЧУВСТВУЕТЕ, ЧТО ПОСТОЯННО УЧАСТВУЕТЕ В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ?

С каждым днем – все больше и больше. Иногда приходит такой парадоксальный вывод: каждый раз, когда наступает кризис, рынок очищается от всякой муты,

случайных людей, которые пришли на рынок урвать, заработать, тех, кто не думает о будущем. А надо думать о бизнесе как деле постоянном, вечном, независимо от того, есть я или нет.

Как только грянет кризис, сразу на рынке становится легче. Хотя мы с каждым кризисом теряем много денег из-за неплатежей и банкротств, но всякий раз становимся сильнее.

Я думаю, есть такое понятие – душа. Я считаю, что в свое детище – в свой продукт – обязательно нужно «вложить душу». Если в него вложена душа, он непременно будет конкурентоспособен.

Конкуренция заставляет быстрее работать: нужно первому вывести на рынок свежий продукт. Но если продукт сделан без мозгов и без души, то лучше бы его и не выводить.

ЧТОБЫ СЕЙЧАС ИЗМЕНИЛИ БЫ В БИЗНЕС-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ МЕЖДУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМ? ЧТО МЕШАЕТ ВАМ В РАЗВИТИИ?

Для меня главное – порядочность и честность во взаимоотношениях поставщика и заказчика. Отношения должны быть равно-

**КОГДА НАСТУПАЕТ
КРИЗИС,
РЫНОК ОЧИЩАЕТСЯ
ОТ ВСЯКОЙ МУТИ,
СЛУЧАЙНЫХ ЛЮДЕЙ,
КОТОРЫЕ ПРИШЛИ
УРВАТЬ, ТЕХ, КТО
НЕ ДУМАЕТ
О БУДУЩЕМ**

правными. Неприемлемо, когда или сильный заказчик, или сильный поставщик начинает использовать преимущества положения в своих целях и не считается с интересами партнера. Я свои условия выполняю, по-

ставляю вовремя и в срок определенное количество продуктов по оговоренной цене, ты должен продать и вовремя рассчитаться. А у нас самая большая беда – с недобросовестностью во взаимоотношениях.

ЧЕСТНОСТЬ, ДОБРОПОРЯДОЧНОСТЬ – ЭТО ГЛОБАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ, КОТОРАЯ КАСАЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО БИЗНЕСА. ЭТО КУЛЬТУРА, ЭТИКА...

Это неразрывно. Бизнес может быть только честным. Все остальное – это криминал. Пошел, ограбил банк, ударил по голове – это же не бизнес?

Нечестный бизнес – это и когда он нагло пользуется твоим ресурсом, его используют или твоими деньгами рассчитываются с другими. Такое тоже иногда бывает.

МОЖЕТ, ЭТО ПРОИСХОДИТ ОТ ТОГО, ЧТО ЛЮДЕЙ ПРИУЧИЛИ К МЫСЛИ, ЧТО ОНИ ЖИВУТ ЗДЕСЬ ОДНУ ЖИЗНЬ И НИ ЗА ЧТО НЕ ОТВЕЧАЮТ?

Наверное, это так. Я стараюсь жить и работать честно по отношению к окружающей среде, к людям, я хочу, чтобы все было гармонично. Если бы было желание только урвать, то можно было бы давно так сделать и свалить за рубеж. Но мы живем на своей земле, и хочется, чтобы на ней как можно больше было счастливых людей. Жить в гармонии с природой – чтобы и люди вокруг гармоничными были, чтобы пользовались девайсами и получали удовольствие от общения и пользования.

КОГДА ВАМ ЛУЧШЕ ПРИХОДЯТ МЫСЛИ О РАЗВИТИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ИДЕИ – НА РАБОТЕ, ДОМА, НА ОТДЫХЕ?

Для меня бизнес – круглосуточный. Я постоянно думаю о развитии бизнеса, даже когда отдыхаю: все равно переключаешься, на что-то взглянул, и мысль вернулась к бизнесу. Я не умею сильно отключаться. Дело в том, что большая часть жизни – это бизнес, я с 26 лет занялся предпринимательством. Это образ жизни. ♦



ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА

ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА

ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА ГЛАВНАЯ ТЕМА