

Глава 40: Возвышение KiShin

Шин смотрел на стоящее перед ним здание. Расположенное в квартале Тосима, здание было приобретено его компанией за разумные 140 миллионов иен - относительно низкая цена для префектуры Токио. Несмотря на скромный вид здания, Шин планировал отремонтировать его и открыть на одном из этажей кафе и небольшой ресторан.

Сотрудники KiShin с волнением наблюдали за своим новым рабочим местом. Для них это означало начало новой жизни и открывало новые возможности.

--- Продажи KiShin SKT FamiCom продолжали стремительно расти. Некоторые беспринципные компании задирали цены, как семьи якудза, стремясь заполучить побольше KiShin SKT FamiCom. В результате продажи KiShin SKT FamiCom продолжали расти, не проявляя никаких признаков замедления.

Тем временем в главной штаб-квартире Tora Corp, в кабинете председателя и генерального директора, Асахи Танака сидел в глубокой задумчивости. Перед ним стоял молодой человек со светлыми волосами - Итори Танака, его старший сын и нынешний генеральный директор Tora Electronics.

- На мой взгляд, нет никаких проблем в создании такого прибыльного продукта. Наша команда разработчиков электронных технологий уже придумала, как избежать нарушения авторских прав. Нам не о чем беспокоиться, - спокойно заявил Итори. - Более того, мы можем превзойти продукцию KiShin по техническим характеристикам. Мы также можем нанять множество программистов для разработки игр для нашего оборудования. Мы можем начать массовое производство имитаций наших игровых консолей, чтобы удовлетворить спрос на новом рынке.

Асахи кивнул, но выразил беспокойство:

- Я знаю об этом. Однако меня беспокоит, что это может быть ловушкой, расставленной Suzuki Group.

Итори, казалось, был озадачен беспокойством отца и спросил:

- Председатель, что именно вас беспокоит? Даже если это ловушка, мы можем быть готовы.

Асахи покачал головой и пояснил:

- Меня беспокоит, что Suzuki Group предвидела этот шаг, и что Шинро намеренно отклонил наше предложение как часть их ловушки... Я подозреваю, что их ловушка может разворачиваться следующим образом: когда мы начнем массовое производство аналогичного продукта с лучшими характеристиками, Suzuki Electronics, входящая в Suzuki Group, может внезапно представить еще более совершенный продукт с доступом к играм KiShin. Это может сделать наш имитационный продукт непродаваемым до тех пор.

Итори кивнул, понимая всю серьезность слов своего отца:

- Не волнуйтесь, председатель. Мы скоро все узнаем, когда получим информацию от нашего шпиона в совете директоров, - успокоил Асахи Итори. Асахи молча кивнул.

--- Всего за две недели после запуска KiShin SKT FamiCom доход KiShin Electronics достиг впечатляющих 2,8 миллиарда иен. Только продажи игровых картриджей составили не менее 700 миллионов иен, что является заметным достижением, учитывая, что KiShin выпустила

всего несколько игр. Благодаря такому резкому росту доходов компания KiShin активно расширяла штат сотрудников и увеличивала производственные мощности, чтобы удовлетворить рыночный спрос.

Рынок игровых консолей напоминал чистый холст, и KiShin прочно заняла доминирующее положение, не имея конкурентов. Крупные компании, такие как Suzuki, Toyota, Tora и другие, могли лишь беспомощно наблюдать за тем, как растут продажи и производство KiShin SKT FamiCom.

По мере того как все больше устройств поступало в магазины и торговые центры Токио, спрос на них не ослабевал. KiShin расширила сферу своего влияния на соседние города, заключая сделки с магазинами и торговыми центрами, в результате чего розничное подразделение KiShin было чрезвычайно занято. Бренд KiShin постепенно завоевывал признание во всем Токио, а их видеоигры и консоли FamiCom неуклонно набирали популярность в городе.

- По мере того как растет спрос на наши консоли FamiCom, растет и спрос на видеоигры, - объяснял Ли Хан, рассказывая о показателях продаж KiShin и потенциальном рынке видеоигр.

- Мы уже наняли множество программистов в KiShin, - с улыбкой сказал Шин. - Они разработали несколько игр, в том числе Contra по моему плану и собственную игру Snake. Однако само по себе это не сильно увеличило продажи наших игровых картриджей. Пока компания расширяется, нам удалось решить проблему нехватки FamiCom. Однако продажи игровых картриджей отстают, потому что покупатели, похоже, довольствуются Super Mario Bros. Поэтому мы должны выбрать экономически эффективные стратегии маркетинга и продвижения, чтобы увеличить продажи видеоигр без чрезмерных затрат.

Ключевые сотрудники KiShin замолчали, обдумывая ситуацию. Один из них предложил:

- Возможно, мы можем продвигать нашу продукцию с помощью листовок или выделить больше средств на рекламные акции в магазинах и торговых центрах. Кроме того, мы могли бы заключить контракт с какой-нибудь знаменитостью для рекламы?

Сотрудники кивнули в знак согласия, но поскольку стремительный взлет компании и растущие доходы привели к самоуспокоенности, их предложения стали казаться наивными и непрактичными.

- Мы можем подписать контракты со многими национальными или, что еще лучше, международными знаменитостями и попросить их рекламировать нашу продукцию как минимум несколько месяцев.

- Да, мы заключим контракты как минимум на год.

Сотрудники повернулись к Шину за подтверждением, но встретили его холодное выражение лица. Они не совсем поняли, но Шин вдруг заговорил ледяным тоном:

- Это ваше предложение?

Сотрудник, высказавший это предложение, почувствовал страх, да и остальные тоже. Он поспешно кивнул.

- Вы все меня разочаровали, - холодно произнес Шин, окинув взглядом каждого из

сотрудников. Рядом с ним Ли Хан чувствовал себя беспомощным, наблюдая, как за считанные недели эти лучшие сотрудники стали самодовольными и высокомерными.

Шин разочарованно закрыл глаза и продолжил:

- Все, кроме господина Хана, пожалуйста, уйдите, - он говорил с безразличием. Сотрудники обменялись взглядами и вышли из комнаты.

Шин не мог поверить, что потратил время на обсуждение планов компании с этой группой людей. Они вскользь предложили потратить больше денег, как будто именно они держали в руках кошелек. Однако они не понимали финансовых реалий.

Хотя доходы компании выросли, увеличение штата сотрудников, приобретение фабричных площадей и расходы на снабжение отняли значительную часть средств, сократив доход в размере почти 4 миллиардов иен до 1,9 миллиарда. Управлять всем этим, а также дополнительным зданием и рабочим пространством было непросто, поэтому Шин нанял на эти должности квалифицированных специалистов.

Однако эти сотрудники небрежно бросали идею потратить больше денег, не задумываясь об этом, что очень расстраивало Шина. Раньше они не были такими, но теперь их эго раздулось до предела. Одна только мысль о том, чтобы заключить контракт с известной знаменитостью на рекламу, стоила бы миллионы иен за один рекламный ролик. А эта группа сотрудников предлагала заключить контракт со многими из них на несколько месяцев или даже на год. У них даже хватило смелости предложить компании заключить контракт с международной знаменитостью.

Честно говоря, даже всех средств компании не хватило бы на то, чтобы удовлетворить запросы таких людей, заключивших контракт на несколько месяцев или год. Дерзость этих сотрудников вызвала у Шина искреннее разочарование, поскольку их мышление сводилось к столь упрощенному и дорогостоящему решению.

<http://tl.rulate.ru/book/98288/3659819>