



История успеха компании Sony

Сегодня **Sony Corporation** — одно из операционных подразделений, входящих в состав холдинга **Sony Group**. Sony Corporation занимается выпуском домашней и профессиональной электроники, игровых консолей и другой высокотехнологичной продукции.

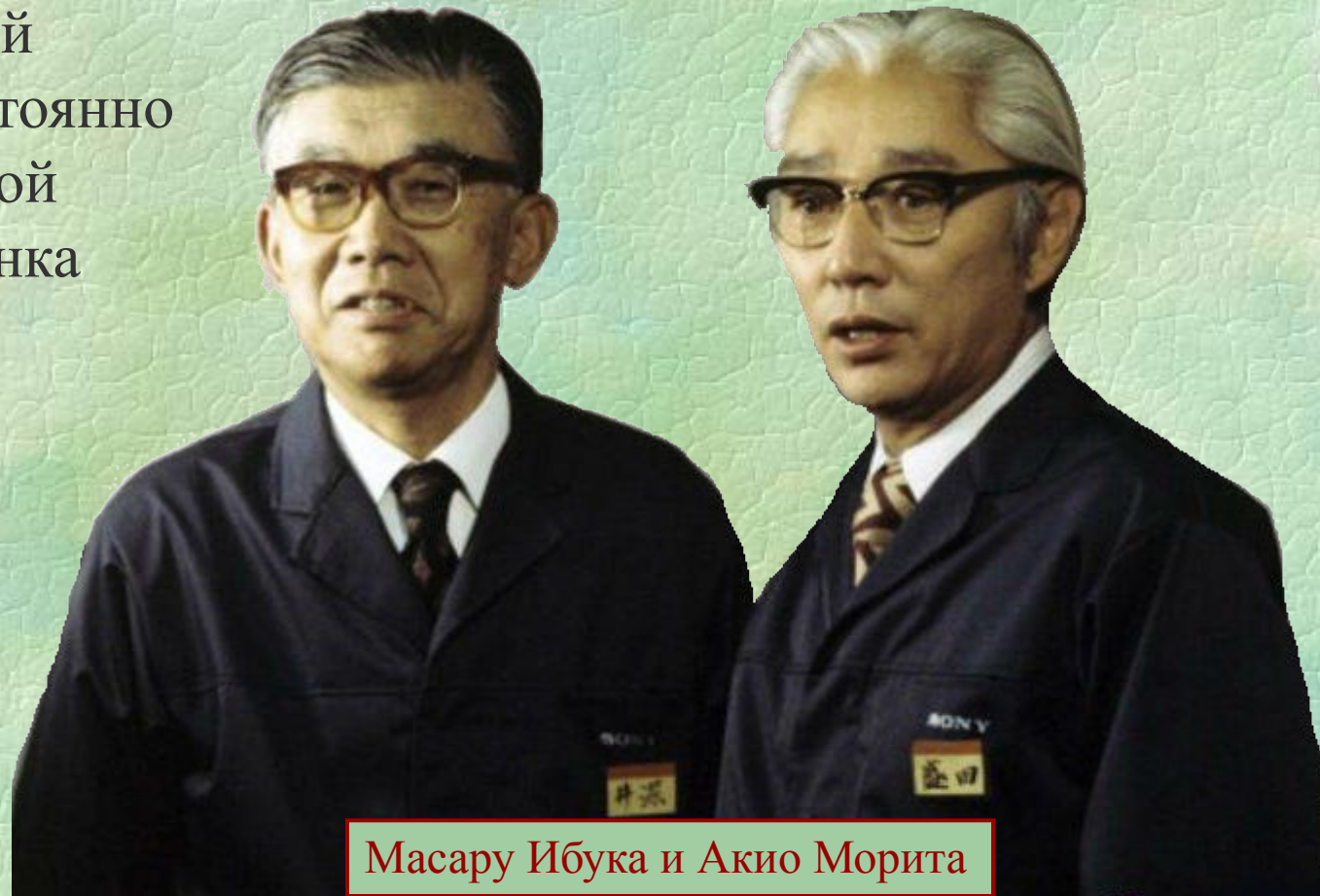
Кроме того, Sony является одним из крупнейших в мире медиаконгломератов, владея звукозаписывающей маркой **Sony Music Entertainment**, киностудиями **Columbia Pictures** и **TriStar Pictures**, а также полным архивом фильмов компании MGM (совместно с компанией Comcast); оказывает

финансовые
услуги.



История компании **SONY** началась в мае 1946 года. Отцами – основателями будущего гиганта стали два человека – **Масару Ибука** и **Акио Морита**.

Едва ли кто-то мог предсказать тогда большое будущее этому предприятию, которое испытывало острую нехватку финансовых ресурсов, не имело привлекательных товаров в своей производственной программе и постоянно боролось с угрозой вытеснения с рынка более мощными конкурентами.



Масару Ибука и Акио Морита

Как это ни странно, но тогда Япония находилась на задворках технологического мира.



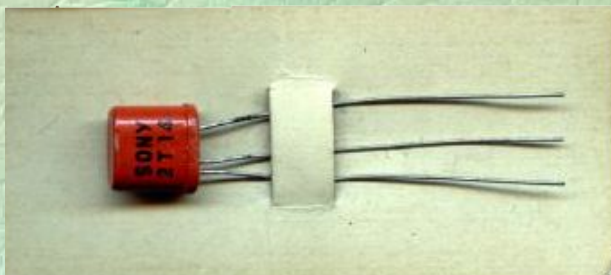
Изучая рынок, Ибука пришел к выводу, что японцы жаждут информации, особенно международной. Ибука решил, что единственный шанс на успех — это наладить производство специальных адаптеров, готовых превратить устаревшие радиоприемники в суперприемники,



Транзисторный радиоприемник от Sony марки TR-55, 1955 г



способные принимать все типы волн.



Транзистор от Sony марки 2T-14, 1955-1957 г.г.

В 1950 г был изобретен первый в Японии отечественный звуковой магнитофон «G-Type».



Творение оказалось сложным, громоздким и очень дорогим. Вряд ли оно получило бы распространение, если бы не неожиданный заказ из окружного суда: магнитофоны были тогда большой редкостью даже в США, и японское судебное ведомство, страдавшее от вечной нехватки стенографисток, было радо заполучить отечественные устройства для записи голоса. Продажа сразу 24 магнитофонов принесла предприятию 1 млн иен и уверенность в своих силах.



Бытовой магнитофон G-type походил
больше на военную технику



Производство приемников шло превосходно, но у людей не было денег, чтобы оплатить услуги компании Ибука, и тогда он стал брать плату рисом, что в условиях голодной Японии было более чем уместно. Перепродавая рис, Ибука задумался над домашними приборами, разработав и воплотив в жизнь прибор для приготовления риса. Так компания осуществила свой первый поход на рынок бытовой техники.



Первый бытовой прибор для приготовления риса, разработанный Масару Ибукой

Walkman — популярная торговая марка компании Sony, под которой продаются её портативные аудиоплееры.

Walkman произвёл революцию в способе прослушивания музыки, позволяя людям брать с собой музыку, которую они хотят слушать и не мешать при этом окружающим.

Первый Walkman был выпущен в 1979 году под названием «Walkman» в Японии и «Soundabout» за границей.



Первый Walkman
TPS-L2



Walkman II



Walkman Line-up (2011)



В 1983 году «Sony» совместно с компанией «Philips» выпустила на рынок первые компакт-диски (оптические носители информации).



Sony CDP 101 первый
проигрыватель компакт дисков CD



В 1990-е годы были созданы первые
«МИНИ-ДИСКМЭНЫ».

За 1990 год Sony выпустила около
500 новых продуктов, то есть
изобретались почти две новинки
в день.



В конце 1994 года «Sony» представила
на японский рынок известную теперь
всем первую свою консоль —
PlayStation. Серия консолей
PlayStation уверенно конкурирует на
мировом рынке.



PlayStation 2 — самая продаваемая игровая
консоль из всех когда-либо существовавших

В 1997 году появляется первый ноутбук **Vaio**. Компания Sony обретает высокий статус и делает погоду на мировом рынке.

Склонность к новаторству позволило основателям фирмы и ее сотрудникам каждый раз опережать конкурентов.

Одним из своих достижений друзья считают тот факт, что они заставили мировую общественность уважать товары, сделанные в Японии.

Именно благодаря Sony продукция с надписью на упаковке **Made in Japan** стала ассоциироваться с высоким качеством, чего никак нельзя было сказать о японских товарах во время второй мировой войны.



Акио Морита основными



предпосылками для столь динамичного развития называл

постоянное стремление выбирать крупные цели

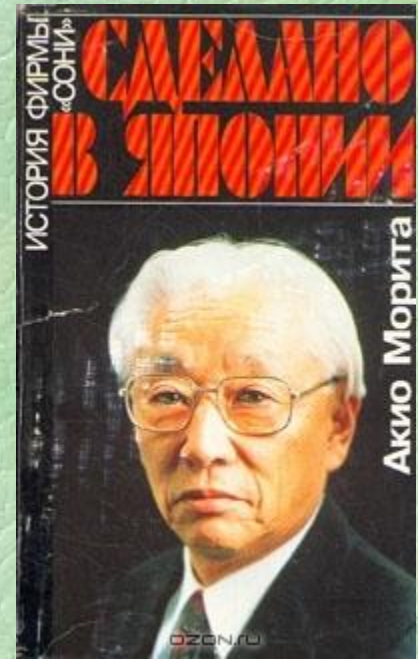
и ставить амбициозные научно-технические

задачи. В своей книге «Сделано в Японии»

он приводит простую схему такой тактики:

❖ **Сцена 1:** на рынке еще отсутствует ныне всем знакомый продукт (транзисторный радиоприемник, переносной телевизор, бытовой видеомаягнитофон).

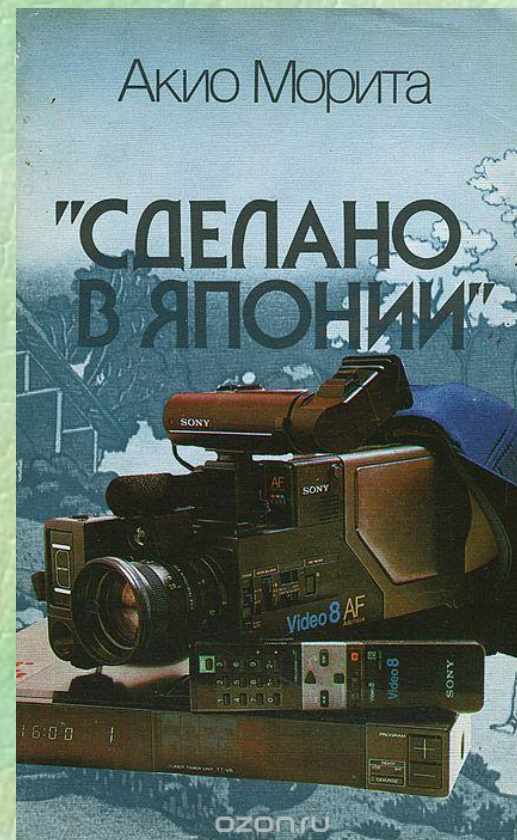
❖ **Сцена 2:** специалисты утверждают, что такой товар никому не нужен. Зачем делать маленький приемник, если у большого звук лучше? Зачем нужен телевизор с малым экраном в больших комнатах американских домов? Кому понадобится видеомаягнитофон при изобилии интересных и разнообразных передач, идущих по многочисленным телепрограммам?»





❖ **Сцена 3:** лидер фирмы четко объясняет философию новинки — транзисторный приемник последует за хозяином в любое место; Walkman, первый в мире карманный аудиоплеер, заменит грохот и шум большого города той музыкальной средой, которую вы выбрали сами; видеомагнитофон ликвидирует тиранию телекомпаний, заставляющих всех смотреть передачи только в то время, когда они транслируются.

❖ **Сцена 4:** инженеры Sony берутся за дело и решают сложную задачу, производители обеспечивают безупречное качество, а отделы сбыта — оглушительный рыночный успех новинки. За более чем пятидесятилетнюю историю Sony такой цикл повторился десятки раз с товарами, сыгравшими решающую роль в возвышении фирмы.



К середине 1970-х Sony стала крупнейшим мировым производителем разнообразной электроники, от мелкой бытовой техники до компьютеров и профессиональных стереосистем. Не в последнюю очередь благодаря Sony стали активно развиваться видеотехнологии, практически полностью вытеснившие кинокамеры с любительского рынка.



Микротелевизор Sony TV5-303



Бытовой видеомagnитофон U-matic VTR

Однако компания долгое время не обращала внимание на еще один прибыльный сегмент рынка — производство и продажу любительской фототехники.

Это упущение было ликвидировано в 1981 году, когда Sony совершила не просто прорыв на рынок, а настоящий переворот в фототехнике, представив цифровую зеркальную камеру Mavica (сокращение от Magnetic Video Camera), с появления которой и принято отсчитывать историю современной цифровой фотографии.



Фотокамера Sony Mavica

В 1988 году «Sony» приобретает звукозаписывающую компанию CBS Records Inc, которую впоследствии переименовывает в Sony Music Entertainment.



SONY MUSIC



В 2001 году корпорация Sony



объединилась со шведской компанией Ericsson с целью производства собственных мобильных телефонов.

В 2002 году был произведён первый выпуск телефонов Sony Ericsson. Постепенно добавляя свои изобретения в телефоны, Sony произвела на свет серии Walkman и Cyber-shot. Но в 2011 году Ericsson отказался от своей доли в партнерстве.

Со следующего года все мобильные телефоны

стали выпускаться

под брендом
Sony.



Sony Ericsson





В 2012 году совместно с другими японскими производителями электроники (Toshiba, Hitachi), а также государственно-частной корпорацией INCJ было создано предприятие **Japan Display**, занимающееся производством экранов для мобильных устройств. В том же году завершилась сделка по поглощению доли Ericsson в бывшем совместном предприятии Sony Ericsson.

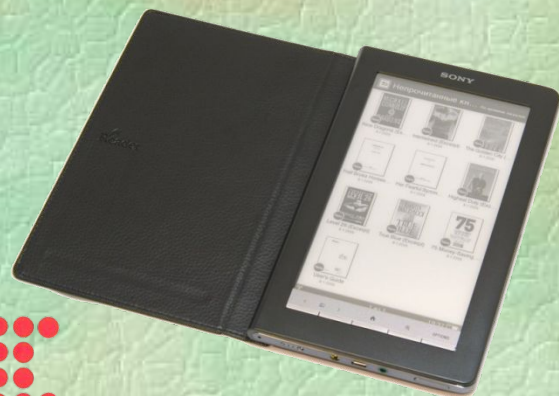
Началось активное продвижение продукции Sony на рынок Android-смартфонов и планшетов.



Japan Display Inc.

Нынешние руководители корпорации во многом продолжили курс Акио Марита.

Финансируя масштабные научные исследования, руководители SONY создают фундамент для создания все новых и новых оригинальных товаров. Компания поощряет изобретательскую деятельность своих инженеров, обращает внимание даже на не окупающиеся проекты. Такой подход позволяет не только использовать накопленный опыт, но и на несколько лет вперед обеспечивает компанию уникальными идеями, осуществление которых в данный момент невозможно.



Жесткая конкуренция на рынке бытовой техники и электронных развлекательных систем оправдывает инновационную стратегию SONY. Уже несколько десятилетий SONY — самая известная японская корпорация. И на протяжении всего этого времени SONY остается мировым лидером по производству качественной, доступной, надежной аудио и видео техники. **Like no other** («Как никто другой») — девиз компании, и SONY еще не раз сможет удивить



История официальной деятельности
фирмы Sony в России и СНГ ведет свое начало с 1991 года.



Все это время компания по праву занимает одно из лидирующих положений на рынке бытовой и профессиональной электроники. В 1999 году, согласно опросу журнала «Эксперт», Sony удостоилась звания «Самый привлекательный бренд» среди зарубежных компаний, работающих в России.



Источники:

- <http://www.liveinternet.ru/users/3094518/post323527072/>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/Sony>
- <http://prophotos.ru/lessons/9590-istoriya-kompanii-sony>
- http://www.economicportal.ru/history_comp/sony2.html
- <http://www.videoton.ru/company/sony.html>
- <http://www.sony.ru/>
- <http://www.technoweb.ru>





Спасибо за внимание!