

Проникновение японских фирм в электронную промышленность Великобритании¹

СМИТ

Заведующий лондонским бюро Electronics

Приводятся данные о создаваемых на территории Великобритании объединенных предприятиях, которые принадлежат британским и японским фирмам. Отмечается, что таким образом японские предприниматели рассчитывают увеличить сбыт изделий, в частности цветных телевизоров, на рынках в странах Западной Европы.

Прошло немногим более года после того, как фирма Hitachi UK Ltd. под давлением профсоюзов и промышленности была вынуждена отказаться от своих планов по созданию на территории Великобритании телевизионного завода. Но вот теперь этот японский гигант в области бытовой электроники получил в этой стране производственную базу: фирма Hitachi вступила в союз с британской фирмой General Electric Co. Ltd. и вместе с ней создала новую компанию, получившую название GEC-Hitachi Television Ltd.

Эта сделка состоялась сразу же после оформления аналогичного договора о совместных действиях между британской Rank Organization и японской Toshiba Ltd. Согласно этому договору, фирма Rank Radio International на своих заводах в западном районе Великобритании будет первоначально выпускать черно-белые телевизоры и звуковоспроизводящую аппаратуру, которые раньше ввозились с предприятий фирмы Toshiba. Кроме того, фирмы Sory Corp. и Matsushita Electric Industrial Co. Ltd. успели создать производственные предприятия в Великобритании до того, как правительство, уступая давлению местных промышленников, предприятия которых уже работают с загрузкой лишь 60% своих производственных мощностей, захлопнуло дверь перед зарубежными предпринимателями.

На первый взгляд может показаться, что переход к тактике создания совместных предприятий означает, что руководители японских компаний почувствовали силу ответного удара — протекционистские меры, вызванные огромными успехами, которых они добились в области экспорта своих изделий. Однако анализ более отдаленных перспектив позволяет сделать вывод о том, что указанные мероприятия последнего времени представляют собой начало кампании, цель которой — вырвать для своих изделий повышенную долю на рынках сбыта бытовой электроники в странах Западной Европы у лидера на этих рынках — группы Philips Industries и у ведущих изготовителей аналогичных изделий из ФРГ.

На рынке сбыта кассетных видеомagnetофонов, например, торговая конкуренция уже идет полным ходом. Фирма Philips теряет свои позиции на этом рынке, поскольку западноевропейские поставщики наперебой добиваются заключения лицензионных соглашений с каждым из основных претендентов на роль лидера. Доля фирмы Philips на рынке сбыта магнитофонов в ее собственной стране (Голландии) составит примерно 20 тыс. единиц из общего объема продаж, который, как полагают, достигнет 40 тыс. В Великобритании объем продаж аналогичных изделий в 1979 г. составит, согласно расчетам, около 100 тыс. шт.

По мнению обозревателей, существуют, по крайней мере, две основные причины, по которым Великобритания стала для японских фирм плацдармом наступления на западноевропейский

¹ K. Smith. Japanese get a base in Britain, p. 96.

ЗАГОВОР ПРОТИВ БРИТАНСКИХ ИЗГОТОВИТЕЛЕЙ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ТРУБОК

Правительство Великобритании с энтузиазмом приветствует создание объединенных предприятий, аналогичных тому, которое недавно образовали фирмы General Electric Co. Ltd. и Hitachi. Оно считает, что такие предприятия позволят создать в стране дополнительное количество рабочих мест, укрепить национальную экономику и создать условия для расширения экспорта. Однако руководители британских фирм, выпускающих телевизоры и комплектующие изделия для них, относятся к данной тенденции в отечественной электронной промышленности без особого энтузиазма. Так, фирма Mullard Ltd., британское отделение концерна Philips Industries (Нидерланды), неоднократно выступала с предостережениями относительно той опасности, которую несет с собой расширение использования компонентов, поставляемых из стран, не входящих в общий рынок.

Для придания особой убедительности своим доводам представители этой фирмы указывают на ненормальное положение, которое складывается на британском рынке, когда японские телевизоры продаются по цене по крайней мере на 200 долл. выше, чем аналогичные изделия британского производства, хотя их телевизионные трубки имеют примерно одинаковую стоимость. И вот теперь, в связи с тем что фирма Hitachi пустит вскоре в Финляндии завод по производству телевизионных трубок с проектной мощностью до 800 тыс. единиц изделий в год, развернется битва за господство в области изготовления и сбыта телевизионных трубок, которая имеет весьма важное значение, поскольку от нее зависит решение вопроса о господстве во всей отрасли производства телевизоров.

Однако руководители фирмы Mullard, которые недавно высказывались без обиняков, сейчас отказываются критиковать заключенные в последнее время сделки о сотрудничестве между британскими и японскими фирмами. «Фирма GEC всегда была нашим надежным клиентом, и мы надеемся, что она им останется и впредь», — заявил представитель фирмы Mullard. В его высказываниях чувствуется откровенный, хотя и невысказанный страх, что фирма GEC может когда-нибудь перейти к закупкам изделий японского производства. Сэнсон, генеральный директор отделения радио и телевизионного оборудования фирмы GEC Ltd., отмечает по этому поводу: «Мы приобретаем трубки у обоих поставщиков и намерены продолжать эту практику и в будущем».

рынок цветных телевизоров. Первая связана с распространенностью системы цветного телевидения ПАЛ, которая была разработана фирмой AEG-Telefunken и применяется в большинстве стран Западной Европы (во Франции используется система SEKAM). Лицензия на применение системы ПАЛ предусматривает ограничение экспорта, который не может превышать количества изделий, поставляемых филиалом (в данном случае это японские фирмы) на местный рынок. Что же касается британского рынка, то он, хотя и занимает в Западной Европе второе место по объему продаж (в 1978 г. на нем было продано 1,85 млн. цветных телевизоров), отличается раздробленностью и слабостью местных изготовителей.

Эта слабость и обусловила поражение британских фирм, не устоявших перед наступлением

японских конкурентов. Этому обстоятельству уделяется большое внимание в отчете о результатах анализа британского рынка, который был выполнен фирмой Boston Consulting Group Ltd. по заказу Национального управления экономического развития (NEDO)¹, состоящего из представителей правительства, профсоюзов и административного руководства. В отчете в самых недвусмысленных выражениях показаны те экономические преимущества, которыми обладают японские компании.

В Японии имеется несколько фирм, ежегодное производство которых превышает 1 млн. телевизоров, тогда как в Великобритании семь местных поставщиков борются между собой за рынок с годовым объемом продаж в 1,85 млн. единиц изделий, причем из этого объема на долю концерна Philips и фирмы Thorn Industries приходится по 20% сбыта. Не менее важным, по мнению составителей отчета, является также и то, что японские изготовители телевизоров располагают достаточно высокой покупательной способностью и могут требовать от своих поставщиков, чтобы приобретаемые ими комплектующие изделия имели такую надежность, которая завоевала им завидную репутацию во всем мире.