

# За батарейками

## В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ МОЖЕТ СОСТОЯТЬСЯ СЛИЯНИЕ ГИГАНТОВ IT-ИНДУСТРИИ

В КОРПОРАЦИИ MATSUSHITA НАСТУПИЛО ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН. С ОКТЯБРЯ В КАЧЕСТВЕ ЕЕ НАЗВАНИЯ ВМЕСТО ИМЕНИ ОСНОВАТЕЛЯ КОМПАНИИ МАЦУСИТА КОНОСУКЭ, КОТОРОГО В ЯПОНИИ НАЗЫВАЮТ "БОГОМ МЕНЕДЖМЕНТА", ИСПОЛЬЗУЕТСЯ БРЕНД PANASONIC. ОН ЖЕ СТАЛ ЕДИНОЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ ДЛЯ ВСЕЙ ПРОДУКЦИИ IT-ГИГАНТА. А В НАЧАЛЕ НОЯБРЯ СТАЛО ИЗВЕСТНО О ТОМ, ЧТО КОРПОРАЦИЯ PANASONIC СОБРАЛАСЬ ПРИОБРЕСТИ КОМПАНИЮ SANYO.

▲ SANYO основал младший сводный брат Мацусита Коносукэ – Иуэ Тосио в 1946 году, после того как главный штаб союзнических армий отстранил его от работы в "Мацусита" (таким образом союзники хотели ослабить мощь японских компаний военно-промышленного комплекса), где тот отвечал за освоение новых рынков. Головные офисы "Мацусита" и SANYO находятся в 15 минутах ходьбы, заводы – рядом, а сотрудники компаний, резко конкурирующих между собой, часто общаются в быту, ибо живут по соседству.

Становление SANYO пришлось на волну массового спроса в эпоху "трех божественных аппаратов" – теле-

визора, холодильника и стиральной машины, – которые в послевоенный период появились в каждом японском доме. В начале 2000-х SANYO и две другие компании – Sony и Sharp – называли победителями трех S. Однако вскоре для компании настали тяжелые времена – из-за лопнувшего пузыря в сфере IT просел рынок полупроводников, в 2004 году от землетрясения серьезно пострадали заводы в префектуре Ниигата, а разработанные компанией телефонные аппараты были признаны неудачными. В 2007 году у SANYO обнаружилось проблемы с отчетностью, и она оказалась на грани банкротства.

Дела "Мацусита", наоборот, все это время шли в гору, показатели улучшались, доходы росли. Заслуги в этом приписывают Накамуре Тосио, который сегодня возглавляет совет директоров Panasonic. В 2000 году он провел реформы под лозунгом "Разрушение и творчество". Через десять лет Panasonic отметит 100 лет со дня основания компании, и встретить юбилей она планирует крупнейшей компанией в отрасли.

На пресс-конференции, посвященной началу переговоров о слиянии компаний, президент Panasonic Оцубо Фумио говорил о синергетическом эффекте, который произведет предстоящая сделка, подчеркнув, что сегодня, для того чтобы выдержать конкуренцию, одного мотора недостаточно. Президент SANYO Сано Сейтиро согласился, что объединение капитала необходимо, чтобы развиваться в глобальном масштабе. ▽



### ЯПОНСКАЯ ПРЕССА – О ВОЗМОЖНОМ СЛИЯНИИ PANASONIC И SANYO

▲ Как пишет газета "Майнити", сейчас японские компании, выпускающие бытовую технику и электронику, опасаются конкуренции со стороны производителей других азиатских стран, в том числе из Южной Кореи. Одна из причин – укрепление иены и ослабление воны – южнокорейской денежной единицы. Раньше Япония занимала первое место по производству полупроводников и ноутбуков, однако уступила пальму первенства Тайваню и Южной Кореи. На рынке цифровых аппаратов и видеокамер японцам также трудно удерживать лидерство (по крайней мере, они жалуются на обострение конкуренции внутри страны).

▲ Газета "Эмиури" предполагает, что SANYO ждет реструктуризация и сокращение персонала. Судя по отчетам марта 2008 года, операционная прибыль на одного человека у Panasonic составляет 1,69 млн иен, у SANYO – 760 тыс. иен, у Sony – 2,07 млн иен. По мнению журналистов "Эмиури", торговая марка SANYO, вероятно всего, скоро исчезнет.

▲ Ежедневник "Фудзи-санкей Business I" отмечает, что Panasonic получит вместе с SANYO технологии производства солнечных батарей и литиево-ионных аккумуляторов, рынок которых, несмотря на кризис, будет расти. Доля SANYO на

мировом рынке литиево-ионных аккумуляторов оценивалась в 23% (1-е место), в то время как доля Panasonic – 8% (6-е место). Именно этот тип батарей – легких и емких – признан перспективным и для автомобильной промышленности. Пока Panasonic, которая также вела разработки в этой области, не могла удовлетворить спрос на новые технологии в этой сфере со стороны своего давнего клиента и партнера – компании Toyota, хотя та давно ждет эту разработку.

▲ Деловой журнал "Дайямондо" публикует предположение, что покупку SANYO инициировал

именно японский автомобильный концерн номер один. Главы компаний Panasonic и Toyota встречались во время соревнований "Формулы-1" и имели возможность обсудить заявление SANYO относительно ее планов в 2010 году начать поставки литиево-ионных аккумуляторов немецкому производителю автомобилей Volkswagen. Другие потенциальные покупатели батарей – Honda и Ford, с которыми SANYO также вела переговоры, после слияния компаний станут клиентами Panasonic. Это может повлечь изменения в отношениях с Toyota, которая потеряет статус единственного партнера компании на авторынке.