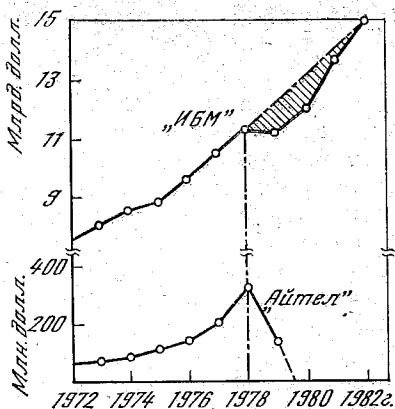


Рис. 18. Динамика базового дохода на рынке ПОД компаний «ИБМ» и «Айтел» (в ценах 1972 г.)

Рассчитано по: Datamation, 1976, № 6, p. 52—53; 1977, № 6, p. 64—65; 1978, № 6, p. 88—89; 1980, № 7, p. 98—99; 1981, № 6, p. 102—103; 1982, № 6, p. 124—125; 1983, № 6, p. 104—105



снижением цен на основную продукцию, сменой значительной части номенклатуры изделий и услуг, глубокой внутренней перестройкой структуры производства удалось преодолеть этот кризис и начать процесс постепенного возвращения к прежнему («докризисному») уровню контроля фирмы «ИБМ» над отраслью.

Итак, не агрессивная политика цен той или иной отдельно взятой фирмы, а объективные факторы развития информационной технологии, которые вызвали в конце 70-х годов резкие структурные сдвиги в индустрии ЭВМ и привели затем к общему замедлению темпов роста сектора больших ЭВМ промышленности обработки данных, оказались фатальными для фирмы «Айтел».

Сдвиги в структуре индустрии ЭВМ, которые не смогли прогнозировать ни руководство фирма «Айтел», ни тем более международные банки, «контора Ллойда» и другие финансовые партнеры фирмы «Айтел», для гиганта отрасли — фирмы «ИБМ» означали миллиарды долларов упущенной прибыли, а для фирмы «Айтел»*, не имевшей той «жиро-

* Следует отметить, что аналогичные потрясения пережили (или «не пережили») на рубеже 80-х годов многие другие фирмы сектора больших ЭВМ. Среди тех, кто «пошатнулся, но устоял», кроме упомянутой выше фирмы «Ай-си-эл», которую спасали деньги английских налогоплательщиков, американская фирма «Амдал» («Amdahl») — ведущий изготовитель IBM-совместимых ЭВМ. Живучесть этой фирмы также объяснялась в значительной степени внешними обстоятельствами: в то время американская компания «Амдал» представляла собой лишь «перископ» мощной японской фирмы «Фуджицу» на американском рынке ЭВМ. Как заметил об этом один из американских обозревателей, «лучший способ для иностранной компании внедриться на американский рынок — стать „американской компанией“» [101, p. 51].