

SZEMLE

Összeállította: Gál Ferenc

Eljegyzés vagy házasság, laza vagy szoros szövetkezés: a távközlés óriásai mindenesetre egyesülési lázban égnek. A "kritikus méretek" engesztelhetetlen törvényétől szorongatva, a kutatás elviselhetetlen költségeitől agyonnyomva, a túl sovány nemzeti piacokra bezárva a régi ellenfelek csak a pusztulás vagy az egyesülés között választhatnak. "Nincs mindenkinek helye a távközlés világszínpadán" ismételtetik kórusban.

Bár ez szokatlan, egyszer Franciaország volt a kezdeményező. Francia CGE (=Compagnie Générale d'Électricité) a múlt évben adott jelt a nagy manőverekre. Az amerikai óriás, az ITT valamennyi távközlési fiókállalatának felvásárlásával megrázkódtatta a távközlési ipari térséget. A felvásárlás eredményeként megszületett a 12 Mrd USD-s kolosszus, az Alcatel NV, az ATT mögött a világon a második helyet elfoglaló cég az ágazatban. 150 000 főt foglalkoztat.

20 000-et számláló szakembergárdája 21 országban működik. Szóletésével megkezdődött a nagy harci készülés. Egy ilyen versenytársal szemben nincs más megoldás, mint a növekedés. A maga 173 Mrd FRF-es forgalmával egyedül a nyugatnémet elektronikai és távközlési bajnok, a Siemens elég nagy ahhoz, hogy megvédje magát.

A gyorsan szaporodó megállapodásokkal a gyárttúk két irányú szorongatottságból keresnek kiutat: az egyik a robbanásszerűen növekvő kutatási költségek terhe, a másik a távközlési berendezések nagyon zárt piacaival való behatolás problémája.

A csúcstechnológiát alkalmazó iparágban a kutatási költségek elérik a forgalom 15%-át is. Elsősorban a szürkeállományt kell megfizetni. A ma lényegében óriás számítógépeket jelentő távbeszélő központok holnapra múzeumi tárgyak lesznek.

A távközlés az agyak iparága. A francia Acatelnél a szellemi dolgozók aránya három év alatt 30-ról 50%-ra nőtt, a munkásoké 48-ról 27%-ra csökkent. Az előbbieket jól meg kell fizetni.

Mint a Matra Communication alelnökének szavai- ból kiderül, a kutatási költségek gyors emelkedése következtében minden újabb gyártmánygeneráció tízszerre drágább, mint elődje. A szövetségek megoldást jelenthetnek a költségek fedezésére.

A holnap európai rádiótelefonjának – zsebkeszülékkel legyen hívható például Frankfurtból London 246 ígéretes piaca van: 100 Mrd FRF+üet ér. De a rendszer működésbe hozása szintén milliárdokat emészt fel. Ezért valamennyi nagy gyártó cég csoportokba akar tömörülni a költségek csökkentése érdekében.

Nem kisebb gond a piac sem. A telefonközpontok eladása stagnál. A fejlett országok el vannak látva, a fejlődő világ nem fizetőképés. A távközlési berendezések stratégiai jelentőségűek, az eladás politikai döntést követel. Aki üzletet csinálni, annak egyrészt az illetékes minisztert, másrészt a távközlés felelőseit kell meggyőznie. Az akadályok legyőzésének egyik módja szövetkezni azzal a gyártó céggel, amelynek már van kapcsolata az érintett ország postájával. De még ilyen szövetség sem biztosíték a gazdasági sikerre.

A TÁVKÖZLÉSI PIAC VEZETŐ VÁLLALATAI

A cégek sorrendje	Az első tíz gyártó cég			Az első tíz felhasználó			
	Ország	A távközlési termékek forgalma 1986*	A távközlési termékek ára az összforgalomban(%)	A Felhasználók sorrendje	Ország	Táv lözl. for galom 1986	Távközl. aránya az összforgalomban (%)
1. ATT	USA	10830	28,6	1. NTT	Japán	32100	96
2. Alcatel NV	Hollandia	7780	67,1	2. ATT	USA	23909	70
3. Northern Telecom.	Kanada	4384	100,0	3. Deutsche Bundesp.	NSZK	5984	69
4. NEC	Japán	4379	28,6	4. British Telecom.	Nagy Br.	13590	97
5. Siemens	NSZK	3092	14,3	5. DGT	Franciao.	13127	100
6. Motorola	USA	3054	51,9	6. GTE	USA	11278	75
7. Ericsson	Svédorsz.	2801	63,0	7. NYNEX	USA	9897	87
8. GTE	USA	2007	13,3	8. Bellsouth	USA	9793	86
9. IBM	USA	2000	3,9	9. Bell Atlantic	USA	9320	94
10. Philips	Hollandia	1500	-	10. AMERITECH	USA	8113	87

*M USD-ban (OMIKK Műszaki Információ – L.e. Nouvel Économiste. 1988. márc. 18.)