

В восьмидесятые годы двадцатого века в СССР фирма **Sharp** была, безусловно, культовой. На полках комиссионных магазинов и в «Березках» гигантские двухкассетники **Sharp**, сверкая хромом и разноцветными индикаторами, вызывали у публики священный трепет. «Спейс» и «Бони М» звонко грохотали из затянутых полупрозрачными грилями мощных динамиков. Продавцы смотрели на публику снисходительно, как сторож при слоне смотрит на детей в зоопарке. **Sharp** стоил как «Жигули». Иметь **Sharp** означало иметь определенный статус.

Истории японских фирм похожи и одновременно фантастичны. Кажется, такое могут придумать только авторы поучительных книжек для детей младшего школьного возраста. История большинства крупных американских компаний начинается с капитала, тайна происхождения которого уважительно обходится стороной. Дореволюционных российских капиталистов вроде Елисеева и Морозова, не говоря уже о нынешних, тоже пока не ставят в пример первоклассникам.

А вот основатели гигантов японской индустрии — словно живая иллюстрация к сказкам братьев Гримм или Андерсена. Упорные, трудолюбивые, изобретательные, они начинают свое дело буквально без гроша в кармане и, усовершенствовав какую-нибудь мелочь ценой в пару йен, начинают неспешное, но упорное восхождение к вершинам бизнеса. Как та улитка, что ползет и ползет вверх по склону Фудзи.

Так и мы из 80-х «переползем» в 1912 год. В Китае прекратила свое существование династия Чинг, в Японии умер император Мейдзи, а молодой человек по имени Токудзи Хаякава, будущий глава корпорации **Sharp**, изобрел пряжку для ремня.

Какую пряжку? Аккуратненькую такую пряжечку для тонких ремешков, которая сама застегивается с

приятным щелчком, и никаких дырочек в ремешке сверлить не надо. «Тоже мне, изобретение!» — скажут постоянные зрители канала «Дискавери». «А в Японии все так и начинается», — ответят им зрители канала «Истори».

В возрасте девяти лет Токудзи Хаякава поступил учеником к слесарю с питанием и проживанием. Слесарь занимался изготовлением мелкой бижутерии, каких-то заколок для волос «и другими прецизионными металлопродуктами»¹. Десять лет Токудзи учился аккуратно обрабатывать металл, проявлял усердие, изобретательность и в девятнадцать, будучи все еще учеником, придумал свою знаменитую пряжку, которую назвал «Токубиджо». Корпоративная легенда гласит, что толчком к изобретению пряжки стал некий увиденный Токудзи фильм, где главный персонаж ходил в плохо подпоясанных штанах.

Дальше начинается фантастика. Пряжка, хотя и стоила одну сотую йены по тогдашним деньгам, вызвала настоящий переполох. Японцы в то время еще поголовно носили кимоно. Даже в Токио человек, одетый в европейскую одежду, выглядел белой вороной, и на него оглядывались. Но европейская мода уже стучалась в двери, и на ничего не подозревавшего слесаря с учениками посыпались заказы.

Слесарь, надо сказать, поступил благородно — позволил Токудзи начать собственное дело и даже благословил его. Так в возрасте 19 лет Токудзи Хаякава, будущий глава корпорации **Sharp**, начал свой бизнес.

В кармане у него было 50 йен, что в переводе на нынешний курс соответствует примерно \$1200. Причем сорок из этих пятидесяти было взято в долг. Он снял дом в центре Токио, нанял двух рабочих, и втроем они делали пряжки каждый день с четырех утра до десяти вечера. Уже через месяц расплатился с кредиторами, а через год чистая прибыль достигла 120 йен.

Предприятие переезжает из Токио в Хондзю, и ассортимент расширяется. Они изготавливают металлические части для зонтиков: спицы, кольца, стержни, причем изобретательный Токудзи опять чего-то улучшил и даже получил два патента на свои улучшения, что в возрасте 20 лет совсем неплохо.

Прибыль шла на модернизацию производства. В четырнадцатом году купили мотор мощностью в одну лошадиную силу, и бизнес закрутился быстрее.

Пятнадцатый год можно считать знаменательным в истории будущей корпорации **Sharp**. Токудзи Хаякава изобрел очередную гениальную вещь. «Что же может быть гениальнее самозастегивающейся пряжки?» — спросят недоверчивые зрители канала «Дискавери». Ответ опять дает История: «Только самозатачивающийся, вечно острый карандаш!»

Да, Токудзи Хаякава изобрел такой карандаш. Но обратите внимание на слова «вечно острый» (по-английски «ever sharp»), и все станет ясно. В сущности, это был обыкновенный цанговый карандаш. Нажимаете кнопку, и тонкий острый грифель появляется из металлических зажимов. Вот именно: из металлических.



К тому времени цанговый карандаш уже придумал какой-то умник из США, но это неуклюжее, часто ломающееся изделие из целлулоида не шло ни в какое сравнение с изящным никелированным карандашиком с медной трубкой внутри. Опять же помогли навыки прецизионной обработки металла, полученные еще в детстве.

Японцы, к сожалению, не спешили раскупать чудо-карандаши Хаякавы. Они жаловались, что металлический карандаш холодно держать в руках зимой, а острый грифель рвет кимоно. Но как только Токудзи получил довольно большой заказ из Европы через одну торговую фирму в Йокогаме, местные оптовики бросились скупать карандаши, и производство едва успевало за спросом.

Карандаш выпуска 1916 года, который везде называли **Sharp Pencil**, выглядит на редкость современно, а ведь им вполне могли пользоваться Владимир Ильич Ульянов или Григорий Ефимович Распутин. И точить не надо было.

Токудзи Хаякава любил и умел модернизировать производство. К 1923 году, через одиннадцать лет после того, как он начал бизнес с капиталом в 50 йен и двумя

сотрудниками, на производстве уже трудились двести человек, а продажи выросли до 50 тысяч йен в месяц.

Но здесь сказка заканчивается — точнее, приобретает трагический оттенок. Первого сентября 1923 года ужасное землетрясение, самое разрушительное в истории Японии, в считанные минуты буквально стерло Токио с лица земли. Деревянный по преимуществу город был полностью разрушен и сгорел дотла. Токудзи Хаякава потерял не только все, чего достиг в бизнесе. Погибла его семья — жена и двое детей.

Неизвестно, какие силы помогают людям пережить подобные несчастья. Хаякава переехал в Осаку и ровно через год с тремя сотрудниками возобновил свое металлически-карандашное предприятие. В Токио он больше не вернулся. Головной офис **Sharp** и по сей день находится в Осаке.

Прогуливаясь однажды в оживленном торговом районе Осаки, Токудзи Хаякава купил американский детекторный радиоприемник. На дворе стоял 1925 год. В Японии еще не было радиовещания, и приемников никто не производил и не улучшал. Не иначе, какие-то «не радиоголоса» сообщили Токудзи Хая-



каве, что заняться надо именно радиоэлектроникой, хотя бывший ученик слесаря не имел к радиоделу никакого отношения. И все же Хаякава-сан с несколькими помощниками начали собирать детекторные приемники, причем испытывать их работоспособность приходилось с помощью обыкновенной морзянки — радиостанций-то не было. Сотрудники, по воспоминаниям, вопили от счастья каждый раз, когда собранный аппарат начинал пищать переданные точки и тире.

И вот опять же — гениальное совпадение, как и в случае с понравившейся японцам европейской пряжкой. В апреле 1925 года был собран первый детекторный приемник, а через месяц с небольшим, первого июня, заработала первая японская коммерческая радиостанция. Когда кристально четкий голос диктора из студии, расположенной в роскошном универмаге Митсукоши, послышался из маленького рупорного громкоговорителя, который как цветок лотоса рос на детекторном приемнике Хаякавы, ликование сотрудников не было предела.

¹ Источник www.Sharp-world.com

Дальше вы уже знаете: массовое производство было налажено немедленно, спрос все время превышал предложение, сборщики работали по 25 часов в сутки, а в магазинах за приемниками выстраивались очереди.

Приборчик стоил три с половиной йены, но его счастливым обладателям приходилось еще платить государству одну йену в месяц за лицензию на право



слушать радио. На заре радиовещания подобная практика существовала во многих странах.

Первые выпущенные Хаякавой приемники назывались просто: «Детекторный приемник», но вскоре на них появился логотип «Sharp Dyne». Производились четыре модели, в том числе одна *high end*, стоимостью 7.5 йен. Объем выпускаемой продукции достигал десяти тысяч единиц в месяц, и название **Sharp** быстро стало известно по всей Японии как синоним качественных радиоприемников.

Фирма открывала торговые представительства в разных городах страны и за рубежом. В Китай, Индию и Юго-Восточную Азию поставлялись радиодетали. В 1928 году на **Sharp** наладили выпуск ламповых радиоприемников и построили новые заводы. К 1936 году мы уже имеем дело с гигантским массовым производством. Запущены конвейерные линии, где сборка одного радиоприемника занимает 56 секунд! Число радиослушателей в Японии перевалило за миллион, а к 1940 достигло пяти миллионов.

Потом начинается период войн. Сначала Манчжурский инцидент, затем Япония сцепилась с Китаем, а там уж и Вторая мировая в Тихом океане. В 1941 году все предприятия Хаякавы были реквизированы командованием ВВС и приспособлены для производства военной продукции. Летописцы не уточняют, что именно производилось, но, по-видимому, основной профиль работ был такой: КВ- и УКВ-радиоприемники и передатчики для самолетов. Причем объемы доходили до 150 000 единиц в год. В 1944-ом даже построили дополнительный завод.

Послевоенная история **Sharp** похожа на историю всей Японии. Экономика буквально возродилась из пепла. Сырья катастрофически не хватало, да и продавать продукцию было почти невозможно, потому что свободных денег у населения не было вовсе. Множество производителей радиоприемников разорились

вскоре после войны, поскольку в Японии были введены новые стандарты для частот коммерческого вещания, но **Sharp** как-то устоял.

В 1951 в Японии началась эра телевидения. Фирма выпустила прототип, отвечавший требованиям патента RCA, а в 1953 наладила массовое производство модели *TV3-14T*. Аккуратный черно-белый телек с диагона-



лью 14 дюймов походил на те, что будут продаваться в СССР в середине шестидесятых. Он стоил 175 тысяч йен, а жалование, скажем, государственного чиновника начиналось от 5400 йен. В 1953 **Sharp** выпускал 500 таких телевизоров в месяц. Обладателям телевизоров все еще приходилось платить лицензию — 200 йен. Затем появилась модель с диагональю 17 дюймов. В последующие годы **Sharp** производил почти 60% от общего числа телевизоров, выпускаемых в Японии.

В 1954 национальный чемпионат по сумо уже транслировался в прямом эфире, а фирма **Sharp** строила один завод за другим.

К 1955 году, через десять лет после окончания испепелившей Японию войны, экономическое чудо можно было считать свершившимся фактом. Стандарты жизни приблизились к тем, что существовали в большинстве промышленно развитых стран. Телевизорами владели более ста тысяч человек, а Хаякава выпускал по пять тысяч новеньких ТВ в месяц, и они «разлетались, как горячие пирожки».

В 1956 благосостояние японской семьи покоилось на трех китах (или, может, это были три индийские священные коровы?): телевизор, холодильник и стиральная машина. Недавно организованное подразделение **Sharp Electric** занималось производством бытовой техники. Появились сети фирменных магазинов. Автоматизированные заводы в Осаке выпускают шикарные, блестящие хромом тостеры, кондиционеры, бесшумные вентиляторы с пластиковыми лопастями, телефоны, холодильники и стиральные машины.

Десятого сентября 1960 года в Японии проведен первый сеанс цветного телевидения, и **Sharp**, конечно, не стал медлить с выпуском цветных телевизоров. Первая модель *CV-2101* стоила 500 тысяч йен (тогда как средний чиновник получал 10 тысяч в месяц).

Далее продукция фирмы становится все более разнообразной. Ведутся исследования и выпускаются

солнечные батареи, транзисторные радиоприемники, микроволновые печи и медицинское оборудование. (В одном ряду с этими электронными чудесами историки фирмы обращают особое внимание на рыночный успех каких-то керосиновых обогревателей с самовыключением пламени. В Японии это, оказывается, был хит №1 от **Sharp**). Особое внимание уделяется микроэлектро-



нике. В офисах **Sharp** появляются первые громоздкие компьютеры. Торговое представительство **Sharp Electronics Corporation** открывается в Нью-Йорке.

В интересах живости повествования пропустим описание гениальных светящихся буйков на солнечных батареях, электронных скальпелей и ультразвуковых систем очистки. Всем этим фирма занималась весьма успешно. Но в конце 60-х в Японии началась «война микрокалькуляторов». Тут **Sharp** сначала несколько замешкался, увлекшись большими компьютерами, но вскоре наверстал упущенное и успешно конкурировал с тридцатью тремя другими производителями, которые предлагали 210 различных моделей.

К концу 60-х японский рынок, по сути, насытился. В экономике начались опасные тенденции «отрицательного роста». До выбрасывания телевизоров в море дело не дошло, поскольку к началу семидесятых была разработана новая маркетинговая концепция продаж (так называемая «70 Strategy»).

В семидесятых представительства фирмы открываются во многих промышленно развитых странах Европы. Один за другим появляются новые заводы в разных городах Японии. Постоянно проводятся какие-то компании для укрепления морального духа сотрудников (например, MIC — Moral Image Campaign) и консолидации корпоративного имиджа. Придумываются новые девизы типа *Sincerity and Creativity* (Искренность и Творчество), которые должны обеспечить корпоративную неповторимость (*corporate identity*), и все в таком роде. Словом, современный бизнес-шаманизм, только в японском варианте и на тридцать лет раньше.

В 1969 году **Sharp** подписывает соглашение о сотрудничестве с американской фирмой **Rockwell Corporation**, которая вела все работы по осуществлению программы полета *Аполлона 11* к Луне. **Sharp** в рамках этой программы налаживает массовый выпуск сверхмощных интегральных микросхем. Теперь в кусочке

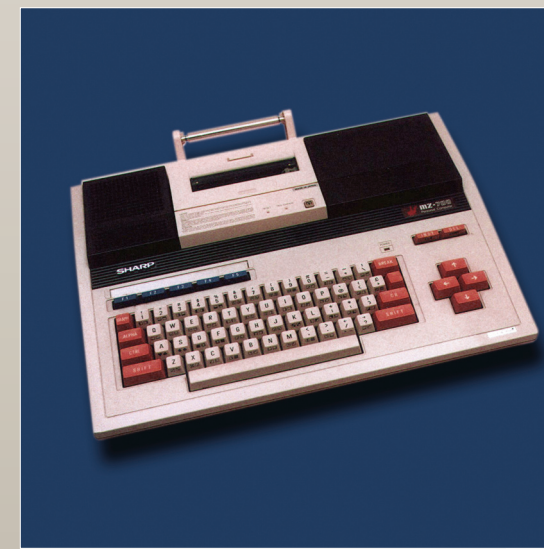
кремния площадью три квадратных миллиметра умещаются 1875 элементов: транзисторов, резисторов и диодов. Эти микросхемы созданы для космических кораблей, но всего через несколько месяцев **Sharp** выпускает новейший микрокалькулятор, собранный на четырех таких чипах. Этот продукт вызывает сенсацию.

Одновременно **Sharp** начинает исследования в области дисплеев на жидких кристаллах (LCD). По сравнению с использовавшимися в то время дисплеями на светодиодах (LED) новая технология была очень выигрышной. Однако найти ее коммерческое воплощение было невероятно трудно. На разработку процесса производства ушло почти три года. Но калькулятор, выпущенный в 1973 году, был в 12 раз тоньше первой модели, в 25 раз легче, отдельных деталей в нем было в 250 раз меньше, и стоил он в 20 раз дешевле. А электрической энергии тратил в 9000 раз меньше и мог работать 100 часов от одной батарейки AA. Так фирма открыла эру дисплеев на жидких кристаллах. Они и по сей день остаются одной из ключевых технологий, предлагаемых корпорацией **Sharp** в различных вариантах.

Летопись **Sharp** продолжается. На одной странице празднуют выпуск миллионного калькулятора, на другой — десятиmillionного. Поколение бэби-бумеров требовало не только новых технологий, но и нового дизайна. **Sharp** выпускает все более стильные холодильники (три дверцы и специальное отделение для овощей!), пылесосы, калькуляторы (уже совсем без кнопок, сенсорные), компактные 16-дюймовые цветные телевизоры.

К концу семидесятых появились первые плоские телевизоры с ЖК-экранами и видеомагнитофоны с фронтальной загрузкой кассеты, видеопроекторы, телевизоры с функцией «картинка в картинке», говорящие калькуляторы, скоростные факс-машины и разные хитрые органайзеры с микрокомпьютерами.

Новая эра с трудом поддается описанию, поскольку личности вроде Токудзи Хаякава в ней отсутствуют. Остаются только гигантские корпорации и бесконечные списки производимых товаров. Поэтому пока остановимся на восьмидесятых.



P.S. Токудзи Хаякава скончался 24 июня 1980 года, а Sharp Corporation, по-видимому, бессмертна.