

международный рынок и интеграция в мировое бизнес-сообщество.

Привычный бренд National не годился для представления японских товаров на рынках США, Канады и Мексики - там его уже использовали другие компании. Поэтому в 1955 году появляется торговая марка Panasonic, что, в переводе с греческого, означает «весь звук».



Первоначально эта торговая марка предназначалась только для аудиотехники. Однако впослед

В Европу марка Panasonic пришла в 1962 году вместе с основанием в Западной Германии отделения Matsushita Electric Industrial Co. - National Panasonic GmbH, ставшего плацдармом для завоевания Старого Света. И, лишь покорив весь мир, заслужив международное признание, бренд Panasonic вернулся на родину, в Японию. Случилось это в 1986 году. К 1990 году на всей предназначенной для внутреннего рынка бытовой электронике, носившей ранее марку National, красовался хорошо знакомый нам логотип Panasonic. В новом веке эта марка стала общей для всей продукции Matsushita.

Сейчас фирма - это четырнадцать компаний-доменов, каждая из которых отвечает за свое направление бизнеса. Оборудование с маркой Panasonic производят более трехсот тысяч человек на предприятиях в Китае, Малайзии, США, странах Европы и, конечно, на родине бренда - в Японии. **По данным 2006 года, оборот Matsushita составил более 76 миллиардов долларов.**

Компания всегда старалась держаться на переднем крае научно-технического прогресса, стремясь конвертировать новейшие разработки в технику, сочетающую в себе удобство и качество. Если говорить о климатическом оборудовании, то Panasonic был первым производителем вертикальных оконных кондиционеров (1968 год), всесезонных кондиционеров, способных не только охлаждать, но и обогреть воздух (1973 год), кондиционеров со скролл-компрессором (1990 год). Panasonic является пионером в использовании хладагентов, не разрушающих озоновый слой (1995 год).

