

на три месяца по льготной ставке в 0,1% – такой же, как базовая ставка «овернайт» на межбанковском рынке.

Кредитное сжатие из-за недоверия банков к заемщикам – типичное явление в условиях тяжелого кризиса. Агентство финансовых услуг (мега-регулятор финансовых рынков) оказывает административный нажим на банки, требуя, чтобы они активнее кредитовали компании, даже находящиеся на пороге банкротств, и резервировали средства для компенсации будущих «плохих долгов».

Число банкротств в Японии в 2008 г. увеличилось на 15,5%, в первом квартале 2009 г. – на 18,7%. Статистика показывает банкротства в реальном секторе (строительстве, промышленности, торговле, на транспорте и в сфере услуг). В финансовом секторе их пока нет. Дело в том, что японская банковская система пережила тяжелый кризис в 1991–2002 гг. В 1991 г. была введена процедура принудительного банкротства. Ее прошло 181 финансовое учреждение, и несколько крупных банков были национализированы с последующей продажей частным владельцам.

Финансовые власти Японии стремятся не доводить банки до процедуры банкротства. В ноябре 2008 г., когда мировой финансовый кризис дошел до страны, был принят закон о превентивном вливании государственных средств в капиталы банков. По первым запросам правительство в лице Агентства финансовых услуг (это мега-регулятор финансового сектора) в марте 2009 г. предоставило 121 млрд. иен (около 1,27 млрд. долл.) трем региональным банкам – Sapporo Hokuyo Holdings, Minami Nippon Bank и Fukuoka Bank.

Прогноз ОЭСР для Японии на 2009 календарный год – снижение ВВП на 6,6%. Официальный прогноз Банка Японии на 2008/09 фин. – минус 3,1%, а правительства Японии – минус 3,9%. Этот спад будет самым глубоким за все годы после второй мировой войны. Правительство больше всего рассчитывает на начало восстановления спроса на рынках Китая и США и меньше – на собственные спасательные меры. Они направлены на выживание.

Зарубежные производственные базы Японии

И. П. Лебедева

Одним из главных проявлений процессов глобализации является создание промышленными компаниями производственных баз за пределами национальной территории. Япония, занимая второе место в мире по масштабам промышленной мощи, активно участвует в этом процессе. К настоящему времени за рубежом Японии функционируют несколько тысяч принадлежащих японскому капиталу предприятий, которые существенно увеличивают производственный и экспортный потенциал ее национальной промышленности. В целом на зарубежные филиалы приходится порядка 18% общего объема производства японских промышленных компаний, но если принять в расчет только компании, имеющие зарубежные филиалы, то этот показатель окажется существенно выше. Так, по данным Японского банка международного сотрудничества, в 2008/09 фин.г. доля зарубежных филиалов в общем объеме производства этой категории компаний достигла 31,4%, а в общем объеме продаж – 35,2%. В отдельных отраслях – электромашиностроении, автомобилестроении и общем машиностроении – соответствующие показатели даже превысили эти значения, о чем можно судить по данным табл. 1.

Таблица 1
Доля зарубежных филиалов в общем объеме производства и совокупном объеме продаж японских промышленных компаний, 2008/09 фин.г.*

Отрасль	Доля в производстве, %	Доля в продажах, %
Промышленность в целом	31,4	35,2
Химическая промышленность	23,4	31,0
Общее машиностроение	19,7	42,0
Электромашиностроение	44,6	48,7
Автомобилестроение	35,7	35,9

* Survey Report on Overseas Business Operations by Japanese Manufacturing Companies. JBIC, 2008, с. 4 (общий объем производства – сумма объемов производства на зарубежных и национальных предприятиях японских компаний; совокупный объем продаж – сумма объемов продаж зарубежных и национальных предприятий. Учтены компании, имеющие зарубежные филиалы).

Зарубежная филиальная сеть японских компаний охватывает практически все страны и континенты. Согласно данным министерства экономики, торговли и промышленности (МЭТП), общее число зарубежных филиалов промышленных компаний достигло почти 14 тыс., из них около 8,5 тыс. расположены в странах Восточной Азии, около 2300 – в Северной Америке и более 1 тыс. – в Европе. В 2008 г. совокупный объем продаж этих предприятий составил 753,1 млрд. долл., а численность занятых на них – более 3 млн. человек¹. С точки зрения масштабов и функциональной значимости на общем фоне выделяются три главных региона – Восточная Азия, США и Западная Европа.

Производственная база в Восточной Азии

Наиболее мощная производственная база создана японскими компаниями в Восточной Азии – около 8,5 тыс. предприятий. Из них 4 тыс. расположены в Китае, около 2300 – в АСЕАН и около 2 тыс. – в НИЭ Азии. В последние годы на этот регион приходилось 40–45% общего объема продаж всех зарубежных японских филиалов и более 70% занятых (около 2200 тыс. человек)².

Первые японские предприятия появились в Азии еще в 70-е годы. Стремясь преодолеть высокие ввозные пошлины, введенные странами Восточной Азии в рамках проведения политики импортзамещения, японские компании стали создавать здесь сборочные предприятия (в первую очередь, автомобилестроительные и электромашиностроительные), ввозя все необходимые детали из Японии и реализуя продукцию на местных рынках. Всего за 70-е годы японские компании инвестировали в Восточную Азию порядка 9 млрд. долл.

В 80-е годы, особенно во второй их половине, масштабы экспорта японского капитала в Восточную Азию значительно возросли. В этот период страны региона взяли курс на поощрение экспорта, и японские компании начали активно налаживать здесь производство разнообразной промышленной продукции (в таких отраслях, как текстильная, химическая, судостроительная, деревообрабатывающая, металлургическая, автомобилестроительная, электронная и т. д.). Главной их целью было использование местных конкурентных преимуществ для производства продукции на экспорт (как в третьи страны, так и в саму Японию). Абсолютные размеры японских инвестиций в страны Восточной Азии за 1981–1985 гг. составили около 9,6 млрд. долл., а за 1986–1990 гг. – около 17 млрд. долл.³

¹ White Paper on International Trade. METI, 2008; Trends in Overseas Subsidiaries Statistics. METI, 2009, June, p. 1.

² Ibid.

³ Япония: смена модели экономического роста, с. 206–207. М., 1990, с. 206–207; Japan's Outward FDI (www.jetro.go.jp/en/stats)

В 90-е годы и в начале 2000-х годов динамика прямых японских инвестиций в страны Восточной Азии приобрела крайне неровный, скачкообразный характер. В первой половине десятилетия из-за тяжелого финансового положения многих компаний, вызванного глубоким кризисом японской экономики, масштабы вывоза капитала существенно сократились. Так, за 1991–1994 гг. в восточноазиатские экономики было вложено всего лишь 6,5 млрд. долл. С 1995 г. объемы прямых инвестиций в регион стали быстро нарастать, но поступательное развитие этого процесса было прервано азиатским кризисом 1997–1998 гг., поразившим все государства Восточной Азии. В результате, если за 1995–1998 гг. в Восточную Азию было вложено 36,6 млрд. долл., то в 1999–2000 гг. – всего лишь около 4 млрд. долл.

С 2001 г. началось постепенное восстановление инвестиционной активности японских фирм в Азии, в середине десятилетия перешедшее в настоящий бум. Всего за 2001–2008 гг. прямые инвестиции японских компаний в Восточной Азии составили 95,8 млрд. долл., из них 65,5 млрд. долл., или более 2/3 были инвестированы в 2005–2008 гг.⁴

Обычно в японской статистике в составе региона Восточная Азия выделяются три группы: Китай, новые индустриальные экономики (НИЭ) Азии (Южная Корея, Тайвань, Сингапур и Гонконг) и АСЕАН 4 (Малайзия, Индонезия, Филиппины и Таиланд). В распределении потоков японских инвестиций между тремя этими группами в 1990–2000-х годах произошли заметные изменения. Главная их черта – существенное усиление позиций Китая. Если в начале 90-х годов его доля в потоках японских инвестиций в этот регион составляла около 20%, то к концу десятилетия она поднялась до 25%, а в самые последние годы – до 40%. На конец 2007 г. объем накопленных прямых инвестиций Японии в Китае составил 37,8 млрд. долл., или 28,4% общей суммы ее инвестиций в Восточную Азию (достигшей на тот период 133 млрд. долл.)⁵. На промышленных филиалах японских компаний в Китае работает более 1100 тыс. человек, т.е. почти половина занятых на всех азиатских филиалах; на них приходится также почти половина всей выпускаемой азиатскими филиалами промышленной продукции⁶.

Превращение Китая в главный объект для прямых инвестиций японских компаний в Азии предопределили следующие обстоятельства.

Во-первых, с начала 90-х годов здесь были созданы весьма благоприятные условия для деятельности иностранного капитала. Так, например, для предприятий с участием иностранного капитала, расположенных в специальных зонах (так называемых районах развития технологий), вплоть до начала 2007 г. применялась льготная (на уровне 15%) ставка

⁴ Рассчитано по: Japan's FDI by country/region (www.jetro.go.jp/en)

⁵ Japan's Total Outward FDI by country/ region (www.jetro.go.jp/en/stats)

⁶ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с. 2.

налога на прибыль (для обычных предприятий она составляла 33%). Прочие виды предприятий с участием иностранного капитала в течение первых двух лет по достижении рентабельности полностью освобождались от налога на прибыль, а в последующие три года выплачивали его по пониженным ставкам. Вступление Китая в ВТО, за которым последовали снятие ограничений на географическое размещение предприятий, смягчение ограничений в отношении доли иностранного капитала в стартовом капитале совместных предприятий, открытие для иностранных инвестиций целого ряда новых отраслей и сфер экономики и т. д., еще больше повысили его привлекательность в глазах зарубежных инвесторов⁷.

Во-вторых, китайская рабочая сила, будучи достаточно хорошо образованной и мотивированной, в то же время остается одной из наиболее дешевых в Азии. Несмотря на существенный рост стоимости рабочей силы, наблюдавшийся в стране в последние годы, в 2008 г. средняя месячная заработная плата рабочих в Пекине составляла 1964 юаня, а в Шанхае – 1703,1 юаня (соответственно 285 долл. и 250 долл. по официальному курсу). Китайские инженеры в Пекине получали в месяц в среднем 5997,8 юаней, в Шанхае – 4163,2 юаня (880 долл. и 610 долл.), а управленцы среднего звена – соответственно 7448,2 юаня и 6601,6 юаня (1100 долл. и 970 долл.). Если вспомнить, каковы среднемесячные заработки японских рабочих, инженеров и управленцев, то становится очевидно, что в глазах японских предпринимателей Китай по-прежнему сохраняет свою привлекательность с точки зрения соотношения цены и качества рабочей силы⁸.

В-третьих, японских инвесторов привлекают размах экономического роста Китая, огромный потенциал расширения его внутреннего рынка и масштабность планов экономического развития страны (выполнение которых представляется вполне реальным даже в условиях мирового финансово-экономического кризиса). Так, по данным ДЖЭТРО, в последние годы среди мотивов, которыми руководствуются японские фирмы при вложении денег в Китай, на первое место вышел расчет на рост внутреннего рынка (а не на расширение экспорта, как прежде).

Масштабы предпринимательской деятельности японских компаний в Китае быстро нарастают, а вместе с этим постепенно меняется и характер разделения труда между двумя странами. Во-первых, в отраслевой структуре японских инвестиций происходит все больший сдвиг в пользу отраслей машиностроительного комплекса, прежде всего электромашиностроения и автомобилестроения. В последние годы на машиностроение

приходилось уже более 85% общего объема производства китайских филиалов (в том числе около 38% – на электромашиностроение и около 36% – на автомобилестроение)⁹.

Во-вторых, наряду с предприятиями по выпуску конечной продукции (как в машиностроении, так и в легкой промышленности) создается все больше предприятий по производству промежуточной продукции – различных деталей, компонентов, пластмасс, химических материалов, металлов и металлоизделий и т. д. Благодаря этому довольно быстро нарастает доля местных предприятий в обеспечении сборочных заводов японских компаний продукцией промежуточного назначения. Так, согласно данным обследования, проведенного ДЖЭТРО в 2008 г., в Китае доля местных предприятий в поставках деталей и материалов уже поднялась до 51,5%, из них около 19% обеспечивают созданные здесь японские предприятия¹⁰.

В-третьих, и на предприятиях, выпускающих конечную продукцию, и на предприятиях, производящих детали и материалы, происходит постепенное повышение технического уровня производства. Так, например, наряду с широким кругом изделий бытовой техники и электроники китайские предприятия японских фирм выпускают сейчас и такую высокотехнологичную продукцию, как компьютеры, информационная техника, лазерные принтеры, факсимильные аппараты, многофункциональные телефоны, цифровые камеры, мобильные телефоны и т. д. В производстве промежуточной продукции, помимо широкого круга стандартных электронных деталей, китайские предприятия освоили выпуск интегральных схем, компонентов для мобильных телефонов и информационной техники и т. д.

Хотя, как отмечалось выше, все большее число японских компаний, пришедших в Китай, в своих бизнес-планах делают ставку на расширение внутреннего рынка страны, созданные здесь филиалы продолжают играть роль и крупнейшей экспортной базы Японии. В последние годы в целом на экспорт направлялось порядка 44–45% всей производимой ими продукции, в том числе более 25% – в саму Японию, а около 20% – в третьи страны¹¹.

Китай, безусловно, является сейчас приоритетным направлением японских инвестиций в Восточной Азии. Более того, судя по опросам оперирующих в Азии японских фирм, он останется для них безусловным фаворитом и в перспективе. Однако, осознавая опасность сильного крена в сторону Китая и, кроме того, сталкиваясь здесь с целым рядом довольно сложных проблем (таких, как нехватка квалифицированных управленцев и технических специалистов, трудности с получением ка-

⁷ Джэтро боэки тоси хакусё. 2006, с. 86.

⁸ Рассчитано по: International Financial Statistics (IMF); Дзайадзия никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса (Обследование положения дел на японских предприятиях в Азии). – ДЖЭТРО, 2009, март, с.98 (Данные только по филиалам японских предприятий).

⁹ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с. 12.

¹⁰ Дзайадзия никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса. ДЖЭТРО, 2009, март, с. 20–21.

¹¹ Рассчитано по: Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February с. 13–14.

чественного сырья и материалов, проблемы с утечкой технологии и защитой прав на интеллектуальную собственность, массовое производство местными предприятиями подделок японских товаров, особенности правоприменительной практики местных органов власти, а в самое последнее время – укрепление юаня), японские компании продолжают активно инвестировать капитал и в другие страны Восточной Азии, тем более что каждая из них обладает своими конкурентными преимуществами.

Что касается НИЭ Азии, то в последние годы на долю этой группы приходилось порядка 25–30% в общем потоке японских инвестиций в Восточную Азию (в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого века – примерно 40–45%), а объем накопленных прямых инвестиций составил на конец 2007 г. 46,6 млрд. долл., или 35% от общей суммы инвестиций в этот регион¹².

Обладая современной инфраструктурой, высоким уровнем техники и технологии производства, подготовленными квалифицированными кадрами, хорошо разработанной законодательной базой и имея достаточно высокий уровень жизни, эти страны остаются весьма привлекательным объектом для прямых японских инвестиций. Однако эти очевидные преимущества в определенной степени нивелируются довольно быстрым повышением стоимости местной рабочей силы. Так, по данным ДЖЭТРО, в 2008 г. в Гонконге месячная заработная плата рабочих составляла 1280 долл., на Тайване – около 1000 долл., в Южной Корее – 1180 долл., в Сингапуре – 1030 долл. Инженеры в Гонконге зарабатывали 2080 долл. в месяц, на Тайване – 1260 долл., в Южной Корее – 2200 долл., в Сингапуре – 1900 долл. По категории «управленцы среднего звена» соответствующие показатели составили: 3200 долл., 1900 долл., 3160 долл. и 3140 долл. Как отмечают специалисты ДЖЭТРО, по сравнению с началом 2000-х годов разрыв в уровнях заработной платы между Японией и этими странами существенно сократился, особенно по категории «управленцы среднего звена»¹³.

С учетом быстрого роста стоимости рабочей силы в НИЭ Азии в последние годы японские компании стремятся развивать здесь, прежде всего, производства с высокой долей добавленной стоимости, в частности деталей для электромашиностроения и точного машиностроения. На местных предприятиях налаживается производство высокотехнологичных деталей, которые еще несколько лет назад выпускала только Япония и которые пока не могут производить ни Китай, ни страны АСЕАН (например, производство цифровых интегральных схем или

плазменных панелей). Одновременно огромные средства направляются на перевооружение сборочных цехов на ранее созданных здесь предприятиях с целью налаживания выпуска новейших видов продукции (ноутбуков, телевизоров на жидких кристаллах, плазменных телевизоров, цифровых камер и т. д.).

В отраслевом составе созданной в НИЭ Азии филиальной сети японских компаний преобладают машиностроительные предприятия, большая часть которых оперирует в электромашиностроении (в целом на машиностроение приходится около 60% стоимости продукции, в том числе 40% – на электромашиностроение). Помимо машиностроительных, здесь довольно много химических предприятий (их доля в общем выпуске продукции составляет порядка 20%). В то же время в отличие от Китая, филиальная сеть которого охватывает весьма широкий круг отраслей и производств, здесь некоторые отрасли либо вообще не представлены (например, цветная металлургия и целлюлозно-бумажная промышленность), либо представлены весьма ограниченным кругом предприятий (пищевая, текстильная, металлообрабатывающая, деревообрабатывающая и т. д.)¹⁴.

На экспорт направляется более 40% производимой местными филиалами продукции. Наиболее высокой экспортной квотой отличается электромашиностроение (55–58%), продукция которого реализуется в основном в развитых странах. При этом если в Западную Европу и США экспортируется в основном конечная продукция, то в Японию поступают и различные виды электронных деталей и компонентов, предназначенных для сборки на японских заводах.

В целом в формирующейся в Восточной Азии системе разделения труда НИЭ занимают более высокую технологическую нишу, чем Китай или страны АСЕАН. При этом по мере роста технического уровня местных предприятий они все чаще выступают прямыми конкурентами японских фирм на внутреннем рынке самой Японии, прежде всего в сфере производства высокотехнологичной электронной техники и деталей.

Страны АСЕАН вплоть до азиатского кризиса 1997–1998 гг. были приоритетным объектом инвестирования японских компаний. На них приходилось порядка 40% в потоках прямых инвестиций Японии в Восточную Азию. Однако после кризиса, особенно в последние годы, они стали все больше уступать позиции Китаю. Их доля в потоках японских инвестиций в регион снизилась до 20–25%. Тем не менее, по данным на конец 2007 г., по сумме накопленных японских прямых инвестиций страны АСЕАН все еще превосходили Китай (соответственно 42,1 млрд. долл. и 37,8 млрд. долл.)¹⁵.

¹² Japan's Total Outward FDI by country/region (www.jetro.go.jp/en/stats)

¹³ Рассчитано по: International Financial Statistics (IMF); Дзайадзия никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса. ДЖЭТРО, 2009, март, с. 98, 103 (среди НИЭ Азии лишь Тайвань пока заметно уступает Японии по уровню заработной платы рабочих, инженеров и управленцев).

¹⁴ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, c. 11.

¹⁵ Japan's Total Outward FDI by country/region. (www.jetro.go.jp/en/stats)

Среди основных конкурентных преимуществ стран АСЕАН главным по-прежнему является относительная дешевизна рабочей силы. Так, по данным ДЖЭТРО, в 2008 г. месячная заработная плата рабочих находилась в пределах 130–290 долл. (наименьший показатель – в Индонезии, наивысший – в Малайзии). Зарботная плата инженеров составляла от 257 долл. (в Индонезии) до 790 долл. (в Малайзии), а менеджеры среднего звена получали от 705 долл. (в Индонезии) до 1500 долл. (в Малайзии)¹⁶. Иными словами, рабочая сила здесь практически на порядок дешевле, чем в Японии.

Кроме того, в отношении благоприятности режима налогообложения предприятий с участием иностранного капитала страны АСЕАН в целом не уступают Китаю, а поскольку «правила игры» здесь не меняются так часто, как в Китае, и правоприменительная практика более прозрачна и понятна, условия для иностранных инвесторов здесь весьма комфортны.

Среди прочих конкурентных преимуществ стран АСЕАН следует отметить достаточно высокий уровень стабильности политических режимов, последовательное осуществление национальными правительствами политики индустриализации и поощрения экспорта, усилия по развитию инфраструктуры, повышению уровня образования населения и т. д.

Разумеется, в разных странах эти преимущества присутствуют в разной степени, и если судить по объему накопленных инвестиций, то, очевидно, что японские фирмы отдают явное предпочтение Таиланду – на конец 2007 г. на него приходилось более 47% общей суммы их инвестиций в АСЕАН. Согласно опросам ДЖЭТРО, большинство японских компаний, оперирующих в АСЕАН (70–80%), и в будущем намерены отдавать предпочтение Таиланду.

В последние годы, а именно после заключения в 2003 г. странами АСЕАН соглашения о создании зоны свободной торговли, в реализации которого важным этапом стало снятие в 2007 г. пошлин во взаимной торговле продукцией широкого круга отраслей обрабатывающей промышленности (таких, как деревообработка, резинотехническое производство, автомобилестроение, текстильная промышленность, кожевенное производство, электроника, производство информационной техники и т. д.), привлекательность стран АСЕАН как объектов инвестирования для Японии значительно возросла. Ведь эти соглашения резко увеличивают возможности для расширения и углубления взаимосвязей между предприятиями этих стран, концентрации определенных видов производства в определенных странах или районах, для развития межотраслевой и внутриотраслевой специализации, упразднения

дублирования, а в результате – для снижения себестоимости продукции и повышения ее конкурентоспособности.

Так же как и в Китае, отраслевой состав японской филиальной сети в АСЕАН отличается большим разнообразием. Ввиду дешевизны рабочей силы здесь получили развитие многие трудоемкие производства легкой промышленности, а также отрасли по производству различных промышленных полуфабрикатов. Однако, как и в других азиатских странах, основной упор здесь сделан на развитие машиностроения: в последние годы его доля в общем объеме производства японских филиалов составляла более 3/4, в том числе около 45% приходилось на транспортное машиностроение и около 30% – на электромашиностроение¹⁷.

Филиальную сеть японских компаний в АСЕАН отличает также большая доля предприятий, ориентированных на экспорт (в продажах которых более 70% составляют экспортные поставки). В 2008 г. в среднем по АСЕАН предприятия такого типа составляли более 40% от общего числа филиалов, в том числе в Индонезии – 30%, в Малайзии – 44%, Таиланде – около 25%, на Филиппинах – 66%¹⁸.

В целом на экспорт направляется почти половина производимой здесь японскими филиалами продукции, при этом наиболее высокая экспортная квота (почти 80%) характерна для электромашиностроения. Продукция этой отрасли является и основной статьей экспорта японских предприятий – на нее приходится около половины общей его стоимости, а в целом на продукцию машиностроения – 80%¹⁹. Характерно, что 40% экспорта этой продукции направляется в Японию, а около 1/3 – в другие страны АСЕАН и Китай, что свидетельствует об углублении процесса разделения труда в регионе.

Так же как и в Китае, в странах АСЕАН одной из наиболее острых проблем для пришедших сюда крупных японских компаний является обеспечение поставок качественного сырья, материалов и комплектующих. Одним из путей решения этой проблемы стал приход в эти страны японских мелких и средних фирм-производителей этой продукции. Благодаря этому доля местных предприятий в общем объеме поставок начала довольно быстро повышаться и в 2008 г. составила около 43% (причем половину этих поставок обеспечили именно местные японские предприятия). В то же время сохраняют свое значение и внешние источники поступления материалов и комплектующих, прежде всего импорт из Японии (на него приходится около 60% всех внешних поставок), хотя в последние годы его начинают все больше замещать

¹⁷ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с. 9–10.

¹⁸ Более низкие, чем в среднем по АСЕАН, показатели по Таиланду и Индонезии объясняются значительными масштабами внутреннего рынка этих стран, позволяющими большую долю продукции реализовывать на месте.

¹⁹ Там же.

¹⁶ Дзайадзиа никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса. 2009, март, с. 103 (учтены только японские филиалы).

поставки из Китая и из других стран региона. При этом в самое последнее время возрастание конкуренции со стороны Китая (главным образом в области цен) стало едва ли не главной проблемой для пришедших в АСЕАН мелких и средних японских фирм.

Таким образом, в Восточной Азии сформировалась разветвленная филиальная сеть японских промышленных компаний, выполняющая, по сути, роль второй производственной базы страны. По нашим подсчетам, ее производственный потенциал равен примерно 10% потенциала японской промышленности, т.е. весьма существенно дополняет производственные и экспортные возможности последней.

Характер торговли между Японией и государствами Восточной Азии свидетельствует о быстром расширении и углублении процесса внутриотраслевой и межотраслевой кооперации между японскими и азиатскими предприятиями, центром которого является машиностроение. Так, в 2007 г. на Восточную Азию пришлось около 65% японского экспорта всевозможных промышленных материалов и полуфабрикатов, более 45% экспорта продукции общего машиностроения (станков, машин, оборудования и т. д.), около 65% экспорта продукции электромашиностроения (как конечной продукции, так и деталей и компонентов). Что же касается импорта Японии из Восточной Азии, то в том же году этот регион обеспечил половину всего объема поставок в Японию промышленных полуфабрикатов, более 3/4 ввоза продукции электромашиностроения, 63% ввоза продукции общего машиностроения. Всего же в 2007 г. на долю Восточной Азии пришлось 49,8% японского экспорта и 43,5% японского импорта²⁰.

Иными словами, благодаря расширению и углублению процесса разделения труда между Японией и странами Восточной Азии последние стали не только основным экспортным рынком для японских национальных компаний, но одновременно и их экспортной базой и базой для производства многих товаров, необходимых самой Японии.

В последние годы процесс разделения труда между Японией и Восточной Азией вступил в новую стадию – стадию формирования системы оптимального размещения производства в масштабах всего восточноазиатского региона с учетом конкурентных преимуществ, существующих в каждой стране. В немалой степени этому способствовало заключение странами региона многосторонних и двухсторонних соглашений о создании зон свободной торговли, облегчающих передвижение товаров, капиталов, людей и технологий.

Свидетельством движения в направлении формирования оптимальной системы размещения производства в Восточной Азии являются многочисленные случаи закрытия японскими компаниями своих предприятий в одних странах и открытия – в других, усиление концентрации

производства как готовых изделий, так и промежуточной продукции на определенных предприятиях или в определенных районах, сокращение поставок из Японии деталей и материалов в одни страны и увеличение – в другие, изменение позиций отдельных восточно-азиатских стран в японском импорте готовой и промежуточной продукции и т. д.

Очевидно, что в формирующейся в Восточной Азии единой производственной системе на долгие годы за Японией сохранятся самые передовые, высокотехнологичные виды производства, а за государствами Восточной Азии – отрасли и производства относительно более низкого уровня технической сложности и наукоемкости.

В силу высокой зависимости от экспорта в развитые страны филиальная сеть японских компаний в Восточной Азии довольно сильно ощутила на себе воздействие мирового финансово-экономического кризиса. Согласно данным последнего обследования МЭТП, в 2008/09 фин.г. общий объем продаж всех филиалов сократился на 1,1% по сравнению с 2007/08 фин.г., причем особенно значительно – в первом квартале 2009 г. (на 20% по сравнению с предыдущим кварталом). При этом экспорт в Японию сократился на 6%, а в третьи страны – на 11,3%. Особенно сильно пострадали японские предприятия, расположенные в НИЭ Азии (падение продаж в 2008/09 фин.г. составило здесь 14,5%). В меньшей степени оказались задеты кризисом японские предприятия в АСЕАН (падение продаж – 5,5%). Что же касается Китая, то хотя в первом квартале 2009 г. и здесь было отмечено падение продаж японских филиалов (на 16,2%, главным образом за счет сокращения более чем на 1/4% экспорта в Японию и другие развитые страны), в целом за 2008/09 фин.г. местные филиалы показали прирост продаж на 7,8%²¹.

Разумеется, в нынешней ситуации сложно делать какие-либо прогнозы, но в целом представляется, что мировой финансово-экономический кризис будет способствовать усилению экономической активности японских компаний в Восточной Азии, хотя бы в силу того очевидного факта, что азиатские экономики (прежде всего Китай) переживают кризис легче, чем развитые страны.

Производственная база японских компаний в США

Будучи крупнейшей экономикой мира, США являются чрезвычайно привлекательным объектом для иностранных прямых инвестиций. Между тем долгое время потоки японских прямых инвестиций в эту страну были весьма незначительны. Ситуация начала меняться с середины 1980-х годов. С одной стороны, из-за резкого роста курса иены стала очевидной целесообразность замены экспорта организацией производства за рубежом. С другой стороны, создание предприятий на

²⁰ Japan Export by Product. 2007; Japan Import by Product. 2007. – www.jetro.go.jp/en/stasts

²¹ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, June, с. 1–2.

территории США стало рассматриваться как средство уменьшения положительного сальдо в японо-американской торговле, достигшего к тому времени огромной величины, и преодоления торговых барьеров, воздвигавшихся на пути японских товаров на американский рынок. При этом, помимо огромной емкости внутреннего рынка, японские компании привлекали такие характеристики американской деловой среды, как высокая степень безопасности для иностранных инвестиций, отсутствие проблем с наймом рабочей силы необходимой квалификации, наличие высокоразвитой инфраструктуры, высокий уровень культуры производства и т. д.

Потоки японских прямых инвестиций в США стали быстро возрастать, и уже к началу 1990-х годов их накопленный объем перевалил за 50 млрд. долл., что составило 36,5% от общей суммы зарубежных прямых инвестиций Японии. Депрессия 90-х годов еще больше стимулировала японские компании к инвестированию в США, так как в отличие от японской американская экономика в это время находилась на подъеме, сохранялась высокая деловая активность. В результате к концу 1990-х годов накопленные прямые инвестиции Японии в США составили уже почти 120 млрд. долл. (около 48% от общей суммы зарубежных японских инвестиций). И хотя с начала 2000-х годов доля США в общем объеме накопленных зарубежных инвестиций Японии начала снижаться (в первую очередь за счет роста значения восточно-азиатского региона), по абсолютным показателям – 174,2 млрд. долл. на конец 2007 г. (31,9%) – их позиции намного превосходят как позиции Восточной Азии (126,4 млрд. долл., 23,1%), так и позиции Западной Европы (145,9 млрд. долл., 26,7%)²².

Интересно отметить, что в 2008 г., когда в США уже начался финансовый кризис и акции американских компаний и банков стали быстро дешеветь, потоки прямых японских инвестиций в американскую экономику стали стремительно возрастать и достигли невиданных прежде масштабов: за год их объем составил 44,7 млрд. долл., т. е. увеличился в 2,8 раза по сравнению с 2007 г.²³

В отличие от стран Восточной Азии, где на всех этапах большая часть японских прямых инвестиций направлялась на создание промышленных предприятий, в США на первых порах обрабатывающая промышленность не была приоритетным направлением инвестирования. Так, в период второй половины 80-х – начала 90-х годов, на который пришлась первая волна масштабного притока японских инвестиций, основная часть капиталов – около 60% – была направлена на создание предприятий оптовой и розничной торговли, а еще порядка 20% – в банковскую сферу. Иными словами, на этом этапе первостепенное

внимание уделялось обустройству каналов сбыта продукции японских экспортеров на американском рынке и обслуживанию их финансовых операций. Доля же обрабатывающей промышленности была невелика и составляла порядка 14–15%²⁴.

Однако в последующие годы, когда на передний план среди мотивов инвестирования в американскую экономику выдвинулось стремление обойти разного рода ограничения, воздвигавшиеся на пути японских товаров на американский рынок, абсолютные размеры инвестиций в обрабатывающую промышленность начали быстро возрастать, что привело и к повышению их доли в отраслевой структуре инвестиций. По данным Банка Японии, на конец 2007 г. в накопленных прямых инвестициях Японии в США на обрабатывающую промышленность приходилось уже более половины, в то время как на сферу финансов и страхования – 12%, а на оптовую и розничную торговлю – 13,5%²⁵. При этом по мере роста числа промышленных предприятий и увеличения объемов производства и продаж торговые, финансовые, страховые и прочие компании, созданные изначально для «проталкивания» на американский рынок японского экспорта, стали все больше переключаться на содействие реализации продукции, произведенной на американских филиалах японских компаний.

По данным последнего обследования ДЖЭТРО, проведенного летом 2008 г., в США насчитывалось более 2100 промышленных предприятий, принадлежащих японскому капиталу (20 лет назад, в 1987 г., их было 640). Они представляют весьма широкий спектр отраслей современной промышленности. Так, 140 предприятий оперируют в производстве электронных деталей и компонентов, 120 – в электромашиностроении, 30 – в автомобильной промышленности, 420 – в производстве автомобильных деталей и компонентов, 60 – в точном машиностроении, 145 – в общем машиностроении, 280 – в химической промышленности, 65 – в строительной-керамической промышленности, 80 – в черной металлургии, 80 – в металлообработке, 33 – в цветной металлургии, 170 предприятий – в пищевой промышленности и т. д.²⁶

Наибольшая доля японских инвестиций была вложена в создание сети машиностроительных предприятий. В общем объеме продаж местных филиалов на продукцию машиностроения приходится порядка 80%, в том числе на продукцию автомобилестроения – 57%, электро-

²⁴ Шевченко Н. Ю. Японо-американские экономические отношения на современном этапе. М., 1990 г., с. 176.

²⁵ www.boj.or.jp/en/

²⁶ Хокубэй никкэй сэйдзогё-но кэйэй дзиттай (Положение японских предприятий обрабатывающей промышленности в Северной Америке). ДЖЭТРО, 2006. с. 37; Дзайбэйкоку Канада никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса (Обследование положения дел на японских предприятиях в США и Канаде). ДЖЭТРО, 2008, сентябрь, с.57.

²² Japan's Total Outward FDI by Country/. Region. – www.jetro.go.jp/en/stats

²³ Ibid.

машиностроения – 16%, общего машиностроения – 6%. Из 430 тыс. занятых на японских филиалах 285 тыс. (2/3) работают в машиностроении, в том числе более 193 тыс. (45%) – в автомобилестроении (на сборочных заводах и в производстве комплектующих).

Важно подчеркнуть, что в отличие от Восточной Азии в США промышленные предприятия, принадлежащие японскому капиталу, работают главным образом на внутренний рынок. Так, в 2007–2008 гг. более 90% продукции этих предприятий было реализовано на американском рынке, около 2% – направлено на экспорт в Японию и около 8% – на экспорт в третьи страны²⁷.

Различия в стратегии реализации продукции между американскими и восточноазиатскими филиалами японских компаний особенно заметны в таких отраслях, как общее машиностроение и электромашиностроение. В то время как в США они реализуют на внутреннем рынке около 90% продукции общего машиностроения и около 85% – продукции электромашиностроения, в странах АСЕАН – соответственно лишь 30% и 16%, а в Китае – 32% и 30%²⁸. Иными словами, если в Восточной Азии местные предприятия японских компаний в значительной степени используются как база для расширения японского экспорта в третьи страны и поставок определенных товаров в Японию, то в США их целью является сам американский рынок.

В составе филиальной сети японских компаний с точки зрения значимости как для японской, так и для американской экономики особое место занимает автомобилестроение. При этом необходимо подчеркнуть, что американский рынок является самым главным экспортным рынком и для национальной автомобильной промышленности Японии. Так, в 2004 г. в США было поставлено 1523, 2 тыс. автомобилей (на сумму 33,1 млрд. долл.), в 2005 г. – 1624, 7 тыс. (36,2 млрд. долл.), в 2006 г. – 2206,3 тыс. (45,4 млрд. долл.), в 2007 г. – 2215 тыс. (45,1 млрд. долл.). При этом в последние годы доля поставок в США в общем выпуске автомобилей в Японии составляла более 20%, а в общей стоимости их экспорта – более 40%²⁹.

Иными словами, для японских автомобильных компаний американский рынок имеет чрезвычайно большое значение, и для расширения своей доли на нем они используют как возможности отечественных предприятий, так и предприятий, созданных ими в самой Америке.

Производство автомобилей на территории США японские компании стали налаживать в 80-е годы прошлого века. Объем выпуска на американских филиалах стремительно нарастал и составил: в 1986 г. – 617 тыс., в 1990 г. – 1494 тыс., в 2000 г. – 2562 тыс., в 2007 г. – 3451 тыс.

автомобилей. При этом в 1993 г. объем производства машин на американских филиалах впервые превзошел объем их импорта из Японии (соответственно 1828 тыс. и 1617 тыс. автомобилей). В последующие годы доля американских филиалов в общем объеме продаж японских автомобилей в США в тенденции продолжала повышаться, а доля экспорта – снижаться (за исключением тех лет, например 2006 и 2007-е гг., когда японские компании, стремясь в максимальной степени использовать возможности, предоставляемые благоприятной конъюнктурой на американском рынке, резко наращивали объемы экспорта)³⁰.

В целом же за 1986–2007 гг. объем производства автомобилей на американских филиалах увеличился на 2800 тыс. (в 5,6 раза), а объем экспорта уменьшился на 1200 тыс. (на 35%). При этом доля американских филиалов в общем объеме продаж японских автомобилей в США в 2007 г. (более 5600 тыс.) составила 63% (в 1986 г. – 12%).

Сейчас на японские автомобили (как импортированные, так и произведенные на американских филиалах) приходится 40% общего объема продаж автомобилей в США, причем особенно быстро японская ниша на американском рынке расширялась в последние годы, когда началось повышение цен на нефть, а соответственно – и на бензин³¹. Помимо экономичности, американцев привлекают отличный дизайн, высокое качество и надежность японских автомобилей, а также отлаженная система послепродажного обслуживания.

В настоящее время в США действуют 30 сборочных заводов, принадлежащих ведущим автомобилестроительным фирмам Японии. По состоянию на 2007 г. их совокупные мощности составили около 4 млн. единиц, инвестиции в оборудование – порядка 32 млрд. долл., а общая численность занятых – более 62 тыс. человек. Всего же в производстве, реализации и послепродажном обслуживании японских автомобилей в США занято около 430 тыс. человек.

Как известно, число деталей, необходимых для сборки автомобиля, составляет 20–30 тыс. Поэтому наряду со сборочными заводами в США функционирует и сеть японских предприятий, производящих детали, компоненты и прочую продукцию, необходимую для сборочных производств. По данным за 2008 г., насчитывалось 420 таких предприятий. Среди них есть как созданные небольшими японскими фирмами, пришедшими в США вслед за своими головными компаниями, так и те, что были приобретены японским капиталом из числа местных производителей. Их роль в обеспечении сборочных заводов деталями и компонентами из года в год возрастает, в то время как роль поставок из Японии, напротив, постепенно уменьшается. Так, если производство японских автомобилей в США за 1993–2006 гг. увеличилось в 1,84

²⁷ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, February 2009, с.5–6.

²⁸ JETRO White Paper on International Trade and Foreign Direct Investment. 2007, с. 85.

²⁹ <http://www.JAMA.org/ststistics>

³⁰ Driving a New Generation of American Mobility. JAMA, 2008, с. 9.

³¹ Там же.

раза, то объем поставок деталей и компонентов местных предприятий возрос в 3,14 раза³².

В 2007 г. объем закупок японскими компаниями деталей и компонентов местного производства (включая поставки независимых американских фирм) составил 50 млрд. долл., а объем импорта этой продукции из Японии – 10, 7 млрд. долл.³³ Тем не менее, Япония пока остается главным внешним поставщиком деталей и компонентов на американские заводы, обеспечивая примерно половину всех внешних поставок, хотя постепенно ее доля снижается за счет расширения поставок из Китая, стран АСЕАН, а в последние годы – из Мексики.

В стратегии глобализации производства японских автомобилестроительных компаний американской филиальной сети отводится роль не только производителя конечной продукции и комплектующих, но и базы для проведения НИОКР и разработки новых моделей. К настоящему времени большая часть пришедших в США японских компаний уже создали специальные научно-исследовательские центры, где наряду с контролем качества двигателей и комплектующих проводятся работы по дизайну корпуса новых моделей, разработке новых двигателей и новых деталей, созданию опытных образцов. К 2008 г. число таких центров достигло 36, а численность работающих в них ученых и специалистов составила более 3,5 тыс.³⁴ Очевидно, что, приближая научно-исследовательские центры к рынку США, японские компании стремились, с одной стороны, в максимальной степени учесть предпочтения искушенных американских потребителей, а с другой – использовать знания и опыт высококвалифицированных американских специалистов (дизайнеров, инженеров, конструкторов и т. д.).

Безусловно, автомобилестроение – это самый впечатляющий пример освоения японскими компаниями американского рынка. Но вполне успешно действуют на нем и компании других отраслей – общего машиностроения, электромашиностроения, пищевой промышленности, химические, металлургические и т. д. При этом отличительной чертой бизнеса японских компаний в США является то, что он носит комплексный характер. Абсолютное большинство оперирующих здесь японских фирм имеют региональные штаб-квартиры, центры по проведению НИОКР и разработке новых продуктов, располагают собственной сетью торговых предприятий и предприятий послепродажного обслуживания, а также хорошо отлаженной сетью поставщиков деталей, материалов и компонентов³⁵. В частности, благодаря высокому техническому уровню американских предприятий и отсутствию проблем с наймом квалифицированных

специалистов по сравнению с Восточной Азией уровень местных поставок деталей и материалов в США выше (на 60% предприятий он составляет более 50%, а на 1/3 – от 80% до 100%)³⁶.

Вплоть до 2008 г. дела у абсолютного большинства японских филиалов в США обстояли весьма благополучно, и они планировали и дальше развивать здесь свой бизнес. Так, в 2007 г. средняя норма прибыли на промышленных филиалах составила 9,5%, а в общих доходах японских компаний от зарубежного предпринимательства на американские предприятия пришлось более 35%³⁷.

Настроения в сообществе японских производителей, оперирующих в США, начали меняться в середине 2008 г., хотя тогда никто из них еще не мог предвидеть масштабов и глубины потрясений, которые им предстояло пережить в ближайшем будущем. Указывая на такие проблемы, как рост цен на энергоносители и кризис системы ипотечного кредитования в США, многие компании предполагали сократить объемы инвестиций и число занятых на своих предприятиях, а некоторые (порядка 6%) даже планировали перенести свой бизнес в другие страны. В целом же специалисты ДЖЭТРО, основываясь на результатах проведенного летом 2008 г. обследования американских филиалов, пришли к выводу, что настроения, царящие в сообществе японских производителей, гораздо более пессимистичны, чем после терактов 11 сентября 2001 г. и краха «мыльного пузыря» на рынке информационных технологий 2002 г.³⁸

Однако действительность, как известно, превзошла все ожидания. Разразившийся осенью 2008 г. мировой финансовый кризис и последовавшая за ним рецессия мировой экономики нанесли тяжелый удар по японским филиалам в США. Уже в третьем квартале 2008 г. их совокупный объем продаж сократился на 8% по сравнению с предыдущим кварталом, а в четвертом квартале – еще на 8%. Однако все рекорды побил первый квартал 2009 г.: общее падение продаж составило почти 30% по сравнению с предыдущим кварталом, причем особенно впечатляющим оно было в автомобилестроении – 37%. В целом же в 2008/09 фин.г. по сравнению 2007/08 фин. г. падение продаж составило 14,7%, в том числе в автомобилестроении – 23%³⁹.

С середины 2008 г. началось также сокращение объемов инвестиций и численности занятых в американских филиалах. Так, к концу 2008/09 фин. г. общее число занятых сократилось на 11,8% по сравнению с концом 2007/08 фин. г., при этом наиболее масштабные сокращения были

³² Там же, с. 10.

³³ Japan's exports by products. – www.jetro.go.jp/en/stats/

³⁴ Driving a New Generation of American Mobility. JAMA, 2008, с.1.

³⁵ Japanese Manufacturing Plants in the U.S.: JETRO's Annual Survey 2002, с.12.

³⁶ Дзайбэйкоку Канада никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса. – ДЖЭТРО, 2008, сентябрь.

³⁷ White Paper on International Trade and Foreign Direct Investment. – JETRO, 2008, с. 77–78.

³⁸ Дзайбэйкоку Канада никкэй кигё-но кэйэй дзиттай тёса. – ДЖЭТРО, 2008, сентябрь, с. 5, 34–35.

³⁹ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, June, с.5–6.

осуществлены в автомобилестроении (на 18,7%) и тесно связанной с ним черной металлургии (15,2%). Объем инвестиций в оборудование в 2008/09 фин. г. в целом оказался на 4% ниже, чем в 2007/08 фин. г.⁴⁰

Однако кризис, даже такой глубокий и масштабный, как нынешний – явление преходящее. Он, конечно же, внесет определенные коррективы в стратегию освоения японскими компаниями американского рынка, но несомненно, что в силу своих очевидных конкурентных преимуществ США и впредь будут притягивать немалую часть японских прямых инвестиций и сохраняют свои позиции одной из крупнейших зарубежных производственных баз Японии.

Производственная база японских компаний в Европе

В Европе японские предприятия стали создаваться примерно в то же время и в целом по тем же причинам, что и в США. Столкнувшись с разного рода барьерами, воздвигавшимися европейскими странами на пути японского экспорта (такими, как повышенные тарифы, квоты, требования соответствия местным стандартам и прочие нетарифные ограничения), японские компании стали довольно быстро налаживать здесь производство самой разнообразной промышленной продукции. Как и в случае с США, процесс создания филиальной сети в Европе был ускорен происшедшим в середине 80-х годов повышением курса иены относительно доллара и ведущих европейских валют, удешевившим все виды издержек японских компаний в европейских странах (по сравнению с издержками в самой Японии).

Помимо значительной емкости внутреннего рынка, высокого уровня экономического развития, наличия квалифицированной и хорошо образованной рабочей силы быстрому расширению сети японских промышленных филиалов в Европе способствовало развитие и углубление процессов европейской экономической интеграции. Ведь эти процессы сопровождались снижением или снятием таможенных тарифов во взаимной торговле, упрощением административных процедур при пересечении товарами границ стран-членов Евросоюза, либерализацией и определенной унификацией режимов в отношении иностранных инвестиций, введением общих для Евросоюза стандартов и сертификатов на продукцию и т. д. Дополнительные возможности для развития предпринимательства японских компаний создало расширение географических рамок Евросоюза за счет принятия в него новых членов из числа стран Восточной Европы, где и издержки на труд, и ряд других видов издержек существенно ниже, чем в западноевропейских странах.

На конец 2007 г. прямые японские инвестиции в странах Евросоюза составили более 148 млрд. долл. (порядка 27% от общей суммы накоп-

ленных зарубежных японских инвестиций), в том числе около 70% этой суммы вложено в создание филиалов промышленных японских компаний⁴¹.

По данным ДЖЭТРО, в 2008 г. на территории Европы функционировало более 1020 промышленных японских филиалов, в том числе 785 были расположены в Западной Европе, а 239 – в Восточной. Наиболее крупные филиальные сети созданы в Великобритании (203 предприятия), Германии (146) и Франции (130), т.е. в странах, обладающих наиболее крупными экономиками. Среди стран Восточной Европы по числу японских филиалов выделяются Чехия (84 предприятия) и Польша (70)⁴². В целом же вряд ли сейчас в Европе можно найти страну, где бы не действовало хотя бы одно японское предприятие (как, например, в Словении).

Как и в других регионах, в Европе основу японской филиальной сети составляют машиностроительные предприятия. Наибольшее число филиалов – 222 (более 21% от общего числа) оперирует в автомобилестроении, 149 (14%) – в общем машиностроении, 87 (9%) – в электромашиностроении. На эти три отрасли приходится 3/4 совокупного объема продаж всех европейских филиалов (в том числе на автомобилестроение – 36%, электромашиностроение – 30%, общее машиностроение – 10%,) и 2/3 общего числа занятых (около 200 тыс. человек, из которых 135 тыс. работают в автомобилестроении – как на сборочных заводах, так и в производстве деталей и компонентов).

Еще одной отраслью, достаточно широко представленной в европейской филиальной сети, является химическая промышленность (99 предприятий, более 10% совокупного объема продаж и около 10% занятых)⁴³.

Таким образом, облик японской филиальной сети в Европе формируют, прежде всего, предприятия трех машиностроительных отраслей (автомобилестроения, электромашиностроения и общего машиностроения) и химической промышленности. Что же касается прочих отраслей, то состав их не так разнообразен, как в США, при этом некоторые отрасли (например, черная и цветная металлургия), не представлены вообще.

Хотя в составе европейской филиальной сети автомобилестроение не доминирует так явно, как в США⁴⁴, тем не менее, и здесь оно со-

⁴¹ Japan's Total Outward FDI by Country/Region; Japan's International Investment Position at Year-End 2007. BOJ, 2008, с. 12.

⁴² 2008 нэн дзайосю торуку никкэй сэйдзогё-но кэйэй дзиттай тёса кэкка (Результаты обследования положения дел на японских предприятиях обрабатывающей промышленности в Европе и Турции). ДЖЭТРО, 2008, с. 3.

⁴³ Там же; Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с.17–18.

⁴⁴ Так, в некоторых крупных европейских странах, в частности в Германии и Франции, где существует собственная высокоразвитая автомобильная промышленность, более значимыми являются другие отрасли: во Франции – производство продовольствия и переработка сельхозпродукции, в Германии – общее машиностроение, химическая промышленность и электромашиностроение (Japanese Manufacturing Affiliates in Europe and Turkey. – JETRO, 2006, September с.11).

⁴⁰ Там же.

ставляет основу производственной базы японских компаний, превосходя другие отрасли не только по объему производства и числу занятых, но и с точки зрения значимости для развития процессов глобализации японской промышленности.

На европейские филиалы приходится порядка 18% общего количества автомобилей, выпускаемых японскими компаниями за рубежом (на США – 1/3, на Азию – около 45%). По сравнению с серединой 90-х годов к 2007 г. объем местного производства почти утроился и составил 1790 тыс. автомобилей (что почти в два раза превысило импорт автомобилей из Японии, составивший в том же году 919 тыс.)⁴⁵.

К настоящему времени в Европу пришли практически все крупные японские автомобильные компании, а число построенных ими сборочных заводов достигло 16 (3 из них расположены в Великобритании, 1 – во Франции, 1 – в Италии, 2 – в Испании, 2 – в Португалии, 1 – в Нидерландах, 1 – в Венгрии, 3 – в Польше, 1 – в Чехии, 1 – в Германии). Эти заводы дают работу примерно 41 тыс. человек, а еще порядка 100 тыс. человек заняты в системе реализации и послепродажном обслуживании японских автомобилей.

Стремясь, как и в США, максимально учесть потребительские предпочтения местного населения, японские компании развернули здесь сеть научно-исследовательских центров. Сейчас их насчитывается 13 (в том числе 4 функционируют в Великобритании, 6 – в Германии), а общее число работающих на них специалистов составляет 3200 человек. Кроме того, японские компании наладили техническое сотрудничество с крупнейшими европейскими автомобильными фирмами, прежде всего в разработке двигателей. Так, «Мицубиси дзидося» сотрудничает с «Фольксваген», «Тоёта» – с «Пежо», «Исудзу» – с «Фиат», «Ниссан» – с «Рено» и т. д.⁴⁶

Так же как и для США, для Европы характерна очень высокая доля местных предприятий в обеспечении японских сборочных заводов деталями и компонентами: в 2007 г. она достигла 80%, а стоимость закупленных деталей местного производства составила более 15 млрд. евро⁴⁷.

Наряду с европейскими фирмами производством деталей для сборочных заводов занимаются более 200 японских фирм, причем почти половина из них расположена в странах Восточной Европы. Можно сказать, что специализация на производстве автомобильных деталей и компонентов является главной отличительной чертой восточноевропейской филиальной сети: здесь этим занимаются почти 40% от общего числа японских филиалов⁴⁸.

Поскольку главной целью пришедших в Европу японских компаний является завоевание самого европейского рынка, для местной филиальной сети характерна высокая доля в структуре продаж продукции, реализуемой в пределах региона. Так, в целом на местные рынки приходится порядка 98% всего объема продаж европейских филиалов. Заметно ниже эта доля в автомобилестроении: в 2007 г. на экспорт за пределы Евросоюза было направлено 240,5 тыс., или около 13% от общего объема их выпуска⁴⁹.

Как известно, в Евросоюзе приняты весьма жесткие стандарты, устанавливающие предельные нормы выбросов выхлопных газов автомобилей. Наряду с ними действует еще ряд экологических стандартов. Так, в 2003 г. был введен в действие стандарт WEEE (Waste Electrical and Electronic Equipment), обязывающий производителей электрооборудования и электронной техники применять материалы, подлежащие утилизации, а в 2006 г. – стандарт RoHS (Restriction on the Use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment), запрещающий использование при производстве электротехники и электроники ряда вредных субстанций. Наконец, в 2007 г. вступил в силу стандарт REACH (Registration, Evaluation, Authorization of Chemicals), который определил список химических веществ, особо опасных для здоровья людей, и запретил их использование при производстве потребительских товаров (сейчас этот список включает 20 позиций, но будет постепенно расширяться)⁵⁰.

Разумеется, все эти требования обязательны и для японских предприятий, оперирующих в Европе, и для того, чтобы соответствовать им, они направляют огромные средства на техническое перевооружение производства. Так, в 2006–2008 гг. их совокупные инвестиции в оборудование составили более 10,4 млрд. долл.⁵¹

Хотя уровень прибыли на европейских филиалах по сравнению с другими регионами несколько ниже (в 2007 г. он составил 7,1% по сравнению с 9,5% в США и 12,2% в Азии), у подавляющей части оперирующих здесь японских компаний до последнего времени дела обстояли вполне благополучно (о чем свидетельствует, в частности, один из самых низких по зарубежной филиальной сети процент закрытия предприятий). Более того, многие компании планировали в ближайшие годы расширить сеть своих филиалов, прежде всего в восточноевропейских странах. Однако кризис внес существенные коррективы в их планы.

Как и в США, положение дел на японских предприятиях в Европе начало ухудшаться с середины 2008 г., и в целом за 2008/09 фин.г. их совокупный объем продаж сократился на 13,8% по сравнению с 2007/08

⁴⁵ Common Challenges, Common Future. JAMA, 2008, с. 8.

⁴⁶ Там же, с. 5–10.

⁴⁷ Там же, с. 10.

⁴⁸ 2008нэн дзайосю торуку никкэй сэйдзогё-но кэйэй дзиттай тёса кэкка.– ДЖЭТРО, 2008, с. 3–4.

⁴⁹ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с. 17–18.

⁵⁰ Japanese Manufacturing Affiliates in Europe and Turkey. Jetro. 2006, с. 29.

⁵¹ Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, February, с. 17–18.

фин. г. Особенно тяжелым оказался первый квартал 2009 г., когда продажи упали почти на 1/4 по сравнению с предыдущим кварталом⁵².

В целом же положение дел на японских предприятиях в Европе сейчас мало чем отличается от ситуации, складывающейся на американских филиалах: и здесь, и там падают объемы производства и продаж, происходят увольнения работников, сокращаются объемы инвестиций, пересматриваются планы развития производства. Тем не менее, очевидно, что и в тяжелых кризисных условиях японские компании, делая ставку на высокий уровень техники и технологии производства и высокое качество продукции, будут стремиться удержать свою долю на столь важном для них европейском рынке, а по завершении кризиса продолжат наращивать потенциал своей европейской производственной базы.

* * *

Итак, выше была дана общая характеристика и выделены отличительные черты трех крупнейших зарубежных производственных баз Японии – в Восточной Азии, США и Европе. Каждая из них существенно дополняет возможности японской национальной промышленности и играет важную роль в стратегии глобализации производства японских промышленных компаний.

Как было показано выше, с точки зрения своей функциональной роли американская и западноевропейская производственные базы заметно отличаются от восточноазиатской. Если в США и Европе основной задачей японских филиалов является работа на местные рынки, расширение доли японских компаний на них за счет дополнения (и даже замещения) экспортных поставок возможностями местного производства, то в Восточной Азии японские филиалы используются, во-первых, как база для экспорта японской продукции в третьи страны, и, во-вторых, как база для производства определенной продукции для поставок ее в саму Японию.

При этом если производственные базы в США и европейских странах все больше интегрируются в национальные хозяйства этих стран и становятся все более и более автономными по отношению к японской национальной промышленности, то в Восточной Азии наблюдаются процессы другого рода. Здесь происходит быстрое расширение и углубление разделения труда между японскими и азиатскими предприятиями, развиваются процессы внутриотраслевой и межотраслевой специализации и кооперации, в центре которых находится машиностроение.

Подтверждением этих выводов могут служить данные, характеризующие динамику товарных потоков, связывающих японские промышленные компании с их зарубежной филиальной сетью. Так, за период с 2000/01 фин. г. по 2006/07 фин. г. общий объем экспорта японских

компаний на зарубежные филиалы возрос с 14,2 трлн. иен до 23,9 трлн. иен, или в 1,7 раза. При этом поставки в США возросли в 1,45 раза, в Европу – в 1,7 раза, а в Восточную Азию – в 1,9 раза. Что же касается обратных потоков, то при росте объема импорта продукции с зарубежных филиалов за те же годы в 1,8 раза (с 6,1 трлн. иен до 11,4 трлн. иен) поставки из США возросли в 1,6 раза, из Европы – в 1,8 раза, из Восточной Азии – в 1,9 раза. При этом в последние годы доля Восточной Азии в японском экспорте, предназначенном для зарубежных филиалов, составляла более 40%, а в обратных поставках – более 80%⁵³.

В целом же значение зарубежной филиальной сети для японской экономики из года в год возрастает. Об этом свидетельствует не только повышение доли зарубежных филиалов в общих доходах японских компаний (в последние годы она составляла уже более 30%), но и быстрое возрастание в японском экспорте и импорте доли товарных потоков, связанных с деятельностью зарубежных филиалов. Так, за 1995–2006 гг. доля поставок на зарубежные филиалы в общем объеме японского экспорта повысилась с 17,1% до 32,4%, а доля поставок с зарубежных филиалов в общем объеме японского импорта возросла с 11,6 % до 18,1 %⁵⁴.

Очевидно, что после выхода из нынешнего кризиса, который на время замедлил и даже приостановил процесс расширения зарубежной филиальной сети, японские промышленные компании продолжают наращивать потенциал своих зарубежных производственных баз, вовлекая в этот процесс все новые и новые страны и регионы.

⁵³ Summary of the 37th Survey on Overseas Business Activities. METI, 2008, May, c. 18.

⁵⁴ Там же.

⁵² Trends in Overseas Subsidiaries. METI, 2009, June, c.1–2.