

ИНСТИТУТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК

На правах рукописи

Кульнева Полина Викторовна

**Японский предпринимательский капитал в КНР:
основные параметры, особенности, проблемы**

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Специальность: 08.00.14 – Мировая экономика

Научный руководитель:
доктор экономических наук
Лебедева И.П.

Москва, 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	4
Глава 1. Предпосылки расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае.....	14
§1. Конкурентные преимущества Китая как объекта инвестирования.....	16
§2. Мотивы расширения экономической деятельности японских компаний в Китае	39
§3. Влияние политических факторов на состояние японо-китайских экономических связей.....	59
Выводы к главе 1.....	77
Глава 2. Место японского предпринимательского капитала в экономике КНР.....	80
§1. Основные характеристики прямых инвестиций японских компаний в Китае.....	83
1.1 Динамика.....	83
1.2 Отраслевая структура.....	89
1.3 Территориальное распределение.....	95
1.4 Организационные формы.....	105
§2. Позиции японских компаний в экономике КНР и ее отдельных отраслях.....	119
2.1 Автомобилестроение.....	127
2.2 Электромашиностроение.....	131
2.3 Торговля.....	136
2.4 Финансы и страхование.....	141

Выводы к главе 2.....	147
Глава 3. Проблемы функционирования японских компаний в Китае и подходы к их решению.....	151
§1. Истоки проблем и применимость в Китае японских методов управления.....	153
§2. Проблема управления трудом.....	160
§3. Проблема контроля качества продукции.....	175
§4. Борьба с контрафактной продукцией.....	186
§5. Создание сетей дистрибуции.....	193
Выводы к главе 3.....	203
Заключение.....	207
Библиография.....	210
Список иллюстративного материала.....	224

ВВЕДЕНИЕ

Современная мировая экономика характеризуется быстрым расширением и углублением экономических взаимосвязей между странами, в том числе нарастанием потоков прямых иностранных инвестиций (ПИИ). По всеобщему признанию экономистов, ПИИ являются важнейшей движущей силой процессов глобализации, способствуя росту объемов мировой торговли, углублению международного разделения труда, ускорению обмена технологиями и т.д.

Одним из центров инвестиционной активности к настоящему времени стала Азия. Это произошло во многом благодаря Китаю, занявшему с середины 1990-х гг. место крупнейшего среди развивающихся стран реципиента ПИИ. При этом в число главных источников предпринимательского капитала в Китайской народной республике (КНР) на протяжении последних десятилетий неизменно входит Япония.

Актуальность темы исследования определяется весомостью тех позиций, которые Япония и Китай занимают в мировой экономике. Очевидно, что ввиду своего положения эти страны могут оказывать заметное влияние на экономические процессы, протекающие не только в Азии, но и за ее пределами. В связи с этим изучение основных тенденций развития японо-китайских экономических связей, их характера, особенностей и глубины представляется важным как с научной, так и с практической точки зрения.

Экономические отношения Японии и Китая прошли долгий путь развития – от довольно вялой торговли на полугосударственных началах в период разрыва дипломатических отношений до ее активизации после их восстановления в 1972 г. и стремительного роста прямых японских

инвестиций в КНР с начала 1990-х гг. К настоящему времени объемы и структура экономических связей двух стран вышли на уровень, позволяющий говорить о приобретении ими нового качества, а именно о формировании сильной взаимозависимости и резком повышении значимости их экономик друг для друга.

Настоящая работа посвящена изучению деятельности японского предпринимательского капитала в КНР, благодаря существенному увеличению масштабов которой и произошло расширение и углубление взаимосвязей между экономиками двух стран. Обращение к этому аспекту японо-китайских экономических связей представляет интерес еще и потому, что в деятельности японских предпринимателей в КНР ярко проявляется специфика взаимоотношений двух стран, предопределяемая различиями путей их исторического развития, характером политических отношений и социокультурными особенностями.

Объектом исследования является комплекс японо-китайских экономических отношений, связанных с деятельностью в КНР компаний с японскими прямыми инвестициями.

Предмет исследования – основные параметры и характеристики японских прямых инвестиций в Китае, специфические черты японского предпринимательства в КНР и позиции, которые оно занимает в китайской экономике.

Степень изученности проблемы. Исследований, связанных с анализом японо-китайских экономических отношений, в российском востоковедении сравнительно мало, хотя отдельные аспекты этих отношений освещались в работах отечественных японоведов и китаеведов. В монографии А.В. Семина (М., 2008), где довольно полное отражение нашли проблемы развития японо-китайского политического диалога в контексте геополитической ситуации в Азиатско-Тихоокеанском регионе, были кратко освещены и основные тенденции эволюции японо-китайского торгово-экономического партнерства.

Глобализация японского промышленного производства была подробно рассмотрена в ряде статей И.П. Лебедевой, а также в ее монографии (М., 2012), где особое внимание было уделено деятельности японских промышленных компаний в Китае. И.П. Лебедева поднимает также вопрос о сочетаемости разных моделей управления на гибридных предприятиях с японским капиталом. Тенденции экспорта японского капитала в Китай по линии официальной помощи развитию (ОПР) изучены Е.Б. Ковригиным и освещены в нескольких его работах. Хотя ОПР не относится к прямым инвестициям, эта форма сотрудничества занимала в свое время важное место в японо-китайских экономических отношениях и создала условия для активного проникновения в Китай японского предпринимательского капитала. Участие Японии в интеграционных процессах в Восточной Азии исследовано в ряде работ И.Л. Тимониной, где автор также затрагивает тему прямых инвестиций японских компаний в этом регионе. В рамках изучения экономических и политических связей в АТР проблемы японо-китайских экономических отношений в своих работах касается В.О. Кистанов. Среди отечественных специалистов по экономике Китая к вопросу о прямых иностранных инвестициях в КНР обращались В.Г. Гельбрас, П.М. Мозиас и некоторые другие китаеведы, однако научных трудов, посвященных исключительно проблеме японских прямых инвестиций, насколько нам известно, пока опубликовано не было.

Особо следует отметить, что в 2007 г. была защищена кандидатская диссертация Ю.В. Саплина-Силановицкого, посвященная внешнеэкономической стратегии японских компаний в КНР на рубеже XX – XXI вв. и отчасти затрагивающая проблему японских прямых инвестиций в этой стране. Однако прямые инвестиции не были в ней главным объектом исследования, а основное внимание уделялось применяемым японским бизнесом стратегиям выхода на китайский рынок и их трансформации на

рубеже веков; был также рассмотрен широкий круг вопросов, связанных с торговлей и продвижением японских товаров на рынок КНР.

Обобщая вышеприведенный обзор основных научных трудов, связанных с тематикой нашей диссертационной работы, можно сказать, что в отечественном востоковедении пока не существует публикаций, посвященных анализу деятельности японского предпринимательского капитала в китайской экономике как основной теме исследования. Кроме того, нельзя не отметить, что за последние годы в японо-китайских экономических отношениях произошло немало изменений (в том числе под влиянием таких событий, как мировой финансово-экономический кризис, обострение противоречий вокруг островов Сэнкаку / Дяоюйдао, землетрясение на северо-востоке Японии). Поэтому даже если некоторые аспекты инвестиционной деятельности японских компаний в Китае и рассматривались прежде отдельными экономистами, они требуют нового обстоятельного изучения.

Нельзя не отметить, что развитие и состояние экономических связей Японии и Китая – стран, от которых во многих отношениях зависит конфигурация мировой экономической системы – привлекает внимание ученых всего мира, в том числе Европы, США и стран Азии. Особенно много работ по этой тематике выходит в Японии. Монографии и статьи отдельных исследователей, публикации экономических организаций и научных институтов освещают различные аспекты японо-китайских экономических связей и представляют несомненную ценность для понимания процессов, происходящих в регионе. Имена ученых и названия организаций, публикации которых оказались наиболее полезными при написании диссертации, приведены в разделе «информационная база» и в библиографии к работе.

Цель данного исследования – выявить характер взаимосвязей, сформировавшихся между Японией и Китаем по линии прямых инвестиций японских компаний в КНР; оценить позиции, которые занял к настоящему

времени японский предпринимательский капитал в китайской экономике; уяснить факторы, благоприятствующие или препятствующие росту японских прямых инвестиций в Китае и упрочению позиций компаний с японским капиталом в этой стране.

Для достижения целей исследования автором были поставлены следующие задачи:

- всесторонне рассмотреть предпосылки расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае;

- проанализировать основные параметры, характеризующие японские прямые инвестиции в КНР, и провести их сравнение с соответствующими параметрами по другим иностранным инвесторам;

- выявить проблемы, с которыми сталкиваются японские компании в КНР, и факторы, оказывающие негативное воздействие на их инвестиционную активность в этой стране; рассмотреть конкретные меры, применяемые японскими предпринимателями для решения возникающих проблем.

Методы исследования

Основными методами исследования, примененными в диссертационной работе, являются статистический, системно-структурный и компаративный анализ.

Обобщение результатов исследований российских и зарубежных ученых позволило достаточно полно охарактеризовать условия расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае.

Для определения позиций и особенностей деятельности японского предпринимательского капитала в экономике КНР был произведен анализ статистических данных государственных и частных организаций обеих стран, их систематизация, сопоставление и отбор в соответствии с целями исследования.

В развитие нашего исследования были также применены некоторые концепции из смежных наук: модель определения степени влияния политических факторов на состояние экономических связей двух стран китайского исследователя Лю Цзяньюна и социокультурный подход.

Информационная база

Важными источниками информации для формирования общей концепции исследования, уяснения состояния японо-китайских экономических связей и понимания экономических процессов, происходящих как в каждой из исследуемых стран, так и в регионе в целом, послужили статьи и монографии российских и зарубежных востоковедов. Среди российских востоковедов, работы которых оказали наибольшее влияние на направления нашего исследования, следует отметить А.В. Баландина, И.П. Лебедеву, П.М. Мозиаса, А.И. Салицкого, Ю.В. Саплина-Силановицкого, А.В. Семина, И.Л. Тимонину; среди зарубежных – Дж.Ф.Кассиди, Р. Фаррела, Дж.Я Цинь, С. Го, Я. Гэ, К. Исикава, Н. Кавабэ, С.Каваниси, К. Камияма, Ц. Лю, Х. Сугино, Ю. Тянь, А. Фурута и др. Отдельно следует упомянуть российских востоковедов не экономического профиля – З.Д. Каткову, В.Э. Молодякова и Ю.В. Чудодеева, труды которых по японо-китайским отношениям помогли автору более широко взглянуть на экономические связи двух стран и уточнить ряд положений работы.

Информационно-статистической базой исследования послужили официальные данные японской, китайской и международной статистики, публикуемые государственными учреждениями и международными организациями в виде ежегодников, отчетов, обзоров и т.п. Среди основных источников информации можно отметить Министерство финансов Японии, Министерство экономики, торговли и промышленности (МЭТП) Японии, Организацию внешней торговли Японии («Джетро») ¹, Министерство коммерции КНР, Совет по развитию торговли Гонконга, Организацию

¹ Организация «Джетро» является полугосударственной.

экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Международную организацию труда (МОТ). Ценными источниками информации послужили также публикации независимых исследовательских организаций и институтов, например, Исследовательского института «Мидзухо», японской неправительственной организации «Гэнрон», европейского маркетингового агентства «Euromonitor International». Для получения узкоспециализированной статистики автор обращался к публикациям организаций соответствующего профиля: ассоциаций производителей автомобилей Китая и Японии, японской «Ассоциации производителей электроники», китайской «Ассоциации сетевых магазинов и франчайзинга» и др.

С точки зрения изучения практической стороны деятельности японского бизнеса в КНР большую ценность представляли материалы семинара японской консалтинговой компании «KPI Management», публикации Ассоциации японских предприятий за рубежом, а также информация, размещенная на сайтах самих компаний.

Наконец, большой объем актуальной информации удалось получить из японских, китайских и других зарубежных СМИ (среди них можно назвать как те, которые предназначены для широкой публики, например, газеты «Майнити», «Ёмиури», «Жэньминь Жибао», так и узкоспециализированные, например, журнал «The Economist», статьи агентств «Reuters» и «Bloomberg», материалы японских периодических журналов «Гуробару кэйэй» и «Сюкан Тоёкэйдзай»).

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

- впервые в отечественном востоковедении предпринято комплексное исследование деятельности японского предпринимательского капитала в КНР;

- в научный оборот введен большой массив источников на японском и китайском языке и проведено сопоставление точек зрения на изучаемую проблему японских и китайских исследователей;

- предложен новый подход к изучению проблемы прямых инвестиций Японии в Китае за счет включения в анализ такого аспекта, как влияние политических и социокультурных факторов;

- внесены некоторые дополнения в теорию китайского исследователя Лю Цзяньюна об измерении степени влияния политических факторов на японо-китайские экономические отношения;

- проведен анализ данных японской и китайской статистики и объяснены причины их несовпадения в отдельных случаях;

- на основе анализа многочисленных источников и собственных расчетов автора дана всесторонняя характеристика масштабов, отраслевой и территориальной структуры японских прямых инвестиций в КНР, их организационных форм, оценены характер и степень взаимозависимости экономик двух стран, выявлены отличительные особенности деятельности японского предпринимательского капитала в Китае;

- определены перспективные направления дальнейшего углубления сотрудничества между Японией и Китаем по линии прямых инвестиций.

Теоретическая и практическая значимость работы

Теоретическая значимость диссертационной работы обусловлена ее научной новизной и состоит в углублении и дополнении представлений о таком направлении глобализации, как прямые иностранные инвестиции на основе комплексного анализа состояния связей в этой области двух крупнейших экономик мира – Китая и Японии.

С практической точки зрения работа может быть полезна для предпринимателей, рассматривающих Азию в качестве перспективного направления расширения своего бизнеса. Трудности, с которыми сталкиваются японские компании в КНР, и применяемые ими подходы к

решению возникающих проблем могут стать для отечественных предпринимателей наглядным примером того, насколько важно учитывать особенности менталитета своего делового партнера, даже если ценности и взгляды обеих сторон кажутся достаточно близкими. Возможно, некоторые из используемых японскими компаниями подходов могут быть применены и российским бизнесом для успешного сотрудничества с китайскими партнерами.

Основные положения, выносимые на защиту

1. К настоящему времени японский предпринимательский капитал занял в КНР прочные позиции, которые свидетельствуют о сильной экономической взаимозависимости, установившейся между Японией и Китаем.
2. Японские прямые инвестиции в Китае отличаются ориентацией на отрасли обрабатывающей промышленности. В силу географической близости двух стран, сложившихся в КНР благоприятных условий для промышленного производства и потребности японских компаний в вынесении части производственных мощностей за пределы Японии, Китай выполняет функцию одной из важнейших производственных баз для японского бизнеса.
3. Деятельность компаний с японским капиталом вносит весомый вклад в выпуск и экспорт промышленной продукции, осуществляемый компаниями с иностранными инвестициями в КНР; японским компаниям принадлежит также значительная доля продаж иностранных компаний на китайском рынке. Заметен, хотя и в меньшей степени, вклад японского бизнеса в формирование основного капитала и развитие НИОКР, в трудоустройство и повышение уровня жизни китайского населения.
4. Укрепление экономических связей между двумя странами сделало эти связи менее уязвимыми к изменениям политической

конъюнктуры. Можно сказать, что цементирующую роль при этом сыграл японский предпринимательский капитал, инвестированный за последние десятилетия в китайскую экономику.

5. Социокультурная близость двух стран облегчает для японских компаний поиск подходящих форматов общения с китайскими партнерами. Тем не менее, те же социокультурные факторы становятся во многих случаях причиной взаимного непонимания сторонами мотивов поведения друг друга.
6. В ближайшее десятилетие можно ожидать дальнейшего расширения масштабов предпринимательской деятельности японских компаний в Китае практически по всем направлениям – от традиционно приоритетных для них промышленных отраслей до сравнительно недавно открытых для инвестирования отраслей сферы услуг. При этом Китай продолжит играть ключевую роль в формировании азиатской производственной базы японских компаний.

Апробация работы

Основные результаты исследования апробированы в процессе научной работы автора в Центре японских исследований Института Востоковедения РАН. По теме диссертационного исследования опубликован ряд научных статей (три из них – в изданиях из списка ВАК). Основные положения работы изложены также в докладах на международной научной конференции «Россия и Япония: экономика и общество в океане проблем» (Москва, 2011), конференции Московского государственного университета «Ломоносовские чтения» (Москва, 2012) и научной конференции «Япония в Азии: состояние и перспективы региональных связей» (Москва, 2013). На японском языке отдельные результаты исследования были представлены на семинаре профессора Каваниси Сигэтада японского университета Обирин (Москва, 2012) и на семинаре молодых европейских японоведов в «Европейском центре японоведения в Эльзасе» (Кьенцхейм, 2013).

Глава 1. Предпосылки расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае

За последние десятилетия экономика Китая стала одним из главных направлений зарубежной предпринимательской деятельности японских компаний. На конец 2011 г. японские прямые инвестиции в КНР достигли 83,4 млрд. долл. Это более чем в пять раз превышает накопленные к этому времени инвестиции японских компаний в Индии (15,4 млрд. долл.) и сопоставимо с объемами накопленных японских инвестиций в группах стран АСЕАН4 (72,4 млрд. долл.) и НИЭ Азии (78,6 млрд. долл.)². Впечатляющих объемов достиг и японо-китайский товарооборот, который составил почти 345 млрд. долл. в 2011 г. Существенную часть этого товарооборота обеспечивала и продолжает обеспечивать предпринимательская деятельность находящихся в Китае японских компаний.

Экономические связи Японии и Китая, которые практически всегда были достаточно тесными в силу географической и социокультурной близости стран, получили особенно динамичное развитие именно в последние десятилетия, когда для этого были созданы определенные предпосылки.

В 1972 г., после достаточно продолжительного периода отсутствия активных контактов, связанного в первую очередь с японской интервенцией и агрессией в Китае в 1930-40-е гг., Япония и Китай наконец восстановили дипломатические отношения.

² «Джетро» сэкай бэки тоси хококу (Отчет организации «Джетро» по мировой торговле и инвестициям) за 2012 г. URL: <http://www.jetro.go.jp/world/gtir/2012/> (дата обращения: 23.03.2014). С. 117. К странам АСЕАН4 относятся Таиланд, Индонезия, Малайзия и Филиппины; к НИЭ Азии – Гонконг, Тайвань, Р.Корея и Сингапур.

На негосударственных началах торговля между странами осуществлялась и в предшествующие десятилетия. Практически сразу после войны японские предпринимательские и правительственные круги, осознавая важность будущего сотрудничества с Китаем, начали создавать организации по содействию японо-китайской торговле³. На протяжении 1950-х гг. между неправительственными организациями двух стран было подписано несколько соглашений о торговле, а с 1963 г. торговля осуществлялась на основании меморандума Ляо-Такасаки, придавшего ей более стабильный и по сути полугосударственный характер⁴.

Однако отсутствие дипломатических отношений сильно затрудняло сотрудничество, и только с начала 1970-х гг. стало возможно масштабное расширение экономических связей. В 70-80-е гг. между Японией и Китаем был подписан целый ряд важных договоров и соглашений⁵, заложивших основу для активизации торговли, инвестиций и других форм экономического и политического взаимодействия. Стороны были заинтересованы в экономическом партнерстве друг с другом, можно даже сказать, что на восстановление дипломатических отношений их во многом подтолкнула именно экономическая заинтересованность во взаимном сближении.

Активизация экономико-политических связей между Японией и Китаем совпала с изменением политического курса в КНР и связанным с этим началом либерализации экономики. После объявления о начале политики «реформ и открытости» в конце 1970-х гг. Китай начал стремительно набирать популярность как направление прямых инвестиций иностранных компаний. В результате к середине 90-х гг. КНР стала

³ Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006. Т. 3. С. 80-89.

⁴ Там же. С. 227.

⁵ Среди них соглашение о торговле (1974), соглашение о воздушном сообщении (1974), соглашение о судоходстве (1974), соглашение о рыболовстве (1975), соглашение о защите торговых марок (1978), договор о мире и дружбе (1978), соглашение о налогообложении (1984), соглашение о защите инвестиций (1989) и др.

крупнейшим среди всех развивающихся стран и вторым в мире после США реципиентом иностранного предпринимательского капитала.

В то же время трудности, которые испытывала экономика Японии в этот период, подтолкнули японские компании к масштабному экспорту предпринимательского капитала, а в Китае открывались для этого большие возможности. За последние десятилетия, уже в новых условиях глобализации, соседнее государство, которое на протяжении всей истории Японии играло важную роль в ее внешнеполитических и внешнеэкономических отношениях, стало ее главным торгово-экономическим партнером.

Таким образом, расширение предпринимательской деятельности японских компаний в Китае стало результатом сочетания потребности японских компаний в экспорте предпринимательского капитала с благоприятными условиями инвестирования в КНР. В то же время, развитие японо-китайских экономических отношений происходило в определенном контексте, связанном с общей спецификой японо-китайских отношений, большую роль в которой играют политические и социокультурные факторы (на роли последних мы подробнее остановимся в главе 3).

§ 1. Конкурентные преимущества Китая как объекта инвестирования

Прежде, чем рассматривать конкурентные преимущества Китая как объекта инвестирования, обратимся к теориям прямых иностранных инвестиций (ПИИ), необходимым для более полного освещения данного вопроса (см. табл. 1).

Обобщение основных теорий ПИИ

Автор теории	Название теории и время ее появления	Мотивы инвестирования
С. Хаймер	Теория «монополистической конкуренции и несовершенства рынка» (1976)	Установление контроля над иностранным рынком благодаря монополистическому преимуществу компании-инвестора над иностранными конкурентами (оригинальный продукт, более совершенная технология, предпочтения для иностранных инвесторов и т.п.), что позволяет компенсировать риски и транзакционные издержки.
Ф. Никербокер	Теория «олигополистической реакции» (1973)	Следование конкурирующих предприятий за лидером в олигополистической отрасли.
П. Баккли, М. Кэссон	Теория «интернализации» (1976)	Поддержание целостной внутренней структуры ТНК с целью достижения эффекта масштаба, сохранения конкурентных преимуществ (уникальных технологий и ноу-хау) внутри фирмы, преодоления тарифных и нетарифных торговых барьеров.
Р. Вернон	Теория «жизненного цикла товара» (1966)	Перемещение производства товара, жизненный цикл которого достиг стадии «зрелости» на внутреннем рынке, в менее развитые страны с целью снижения издержек производства (и с целью сбыта товара на новом рынке, где он будет пользоваться большим спросом). Аналогично в другие страны могут перемещаться целые отрасли промышленности, теряющие конкурентоспособность внутри страны.
Дж. Даннинг	«Эклектическая парадигма» (1981)	Решение компании об инвестировании за рубежом определяется тремя составляющими: набором специфических преимуществ в сравнении с национальными конкурентами (O-преимущества), набором местных факторов и рынков в странах-реципиентах (L-преимущества) и возможностями интернализации собственных конкурентных преимуществ (I-преимущества). Кроме того, мотивы инвестирования подразделяются на «поиск ресурсов», «поиск рынка», «поиск способов повышения эффективности» и «поиск стратегических активов».
М. Портер	Концепция «конкурентного преимущества наций» (1990)	Использование факторов производства, сопутствующих и поддерживающих отраслей и внутреннего рынка, являющихся конкурентными преимуществами той или иной страны как объекта инвестирования. В расчет принимаются также политика правительства и роль случая (резкие изменения валютных курсов, резкие изменения спроса, состояние мировых рынков).

Составлено по данным: Фишер П. Прямые иностранные инвестиции для России: стратегия возрождения промышленности. М.: «Финансы и статистика», 1999.

Теории прямых иностранных инвестиций можно условно разделить на две группы: те, которые обосновывают решения об инвестировании внутренней мотивацией компаний и рассматривают их с точки зрения оценки издержек и преимуществ предприятия на рынке страны-реципиента (например, теория «монополистической конкуренции и несовершенства рынка» С. Хаймера, теория интернализации П. Баккли и М. Кассона), и те, которые исследуют причины инвестирования компаний в более широком контексте – с точки зрения конкурентных преимуществ отдельных экономик или стран как объектов инвестирования. На наш взгляд особый интерес при изучении преимуществ Китая как объекта инвестирования представляют теории М. Портера и Дж. Даннинга, относящиеся ко второй группе.

В своей концепции «конкурентного преимущества наций» Портер выделил «бриллиант конкурентного преимущества», играющий решающую роль в принятии корпорациями решений об инвестировании. Составляющими этого «бриллианта» являются: корпоративная стратегия, состояние факторов производства, объем спроса и наличие в стране-реципиенте сопутствующих и поддерживающих отраслей. В качестве дополнительных факторов, влияющих на функционирование составляющих «бриллианта», Портером были выделены политика правительств и роль случая (резкие изменения валютных курсов, колебания спроса, состояние мировых рынков и др.)⁶.

Эклектическая парадигма Дж. Даннинга объединяет отдельные элементы различных теорий инвестиций и отличается более комплексным подходом. Даннингом выделены три главные составляющие решения компании об инвестировании за рубежом: набор специфических преимуществ владения собственностью в сравнении с национальными конкурентами (О-преимущества), набор местных факторов и рынков в

⁶ Фишер П. Прямые иностранные инвестиции для России: стратегия возрождения промышленности. М.: «Финансы и статистика», 1999. С. 33.

странах-реципиентах (L-преимущества) и возможности интернализации собственных конкурентных преимуществ (I-преимущества). При этом в данной теории особо подчеркнута роль L-преимуществ, то есть определенных привлекательных условий, которые должны сформироваться в стране-объекте инвестирования. Считается, что наиболее интересны для иностранных инвесторов те страны, где «сравнительные преимущества выражаются не только в форме естественных ресурсов и низкой себестоимости производства, но также в виде разумного экономического управления, надежной законодательной базы и хороших перспектив для поддержания экономического роста и развития»⁷. К таким странам вполне можно отнести и Китай.

За несколько десятилетий осуществления политики «реформ и открытости» китайская экономика стала одним из самых притягательных направлений для прямых иностранных инвестиций. Уже к середине 1990-х гг. Китай стал первым среди развивающихся стран мира и вторым по значению после США получателем ПИИ, а в 2002 г. обогнал и американскую экономику по этому показателю. Особый интерес к Китаю проявляют инвесторы из таких развитых стран, как США, Япония, Сингапур, а также из стран Евросоюза.

Очевидно, что успехи Китая в привлечении иностранного капитала стали результатом удачного сочетания целого ряда факторов.

Во-первых, следует отметить, что на начальном этапе политики «открытости», когда иностранные инвесторы только начинали получать доступ к китайскому рынку, экономика КНР обладала достаточно богатым запасом относительно дешевых факторов производства, в первую очередь рабочей силы. В 1982 г. численность экономически активного населения в Китае составляла около 525 млн. человек; к 1990 г. она увеличилась еще на

⁷ Там же. С. 36.

100 млн., а в 2008 г. практически достигла 800 млн.⁸ При таком обилии трудовых ресурсов стоимость труда в 80-е гг. была достаточно низкой по сравнению со стремительно развивавшимися в тот период новыми индустриальными экономиками Азии и даже со странами АСЕАН.

Китай со своими огромными запасами трудоспособного населения открывал перед иностранными предприятиями большие возможности для экономии на издержках. Средний уровень заработной платы в промышленности КНР составлял в 1980 г. всего 3,2% от уровня США, в то время как в таких странах, как Индонезия, Филиппины и Таиланд оплата труда в промышленности была несколько выше (4,3%, 6,6% и 5,6% от уровня США соответственно). Существенных изменений не произошло и в последующее десятилетие (табл. 2). В то же время к 1990 г. уровень заработной платы в японской промышленности повысился практически до американского уровня, а в некоторых странах Европы он оказался даже выше, чем в США.

Таблица 2.

**Динамика средних уровней заработной платы
в промышленности стран Азии (% , США = 100%)**

	Сингапур	Гонконг	Тайвань	Республика Корея	Малайзия	Таиланд	Филиппины	Индонезия	Китай	Япония
1980	21	26	16	18	13	5,6	6,6	4,3	3,2	73
1985	24	22	17	16	14	6,9	5,5	3,9	1,7	61
1990	33	35	37	36	11	7,4	7,1	3,4	1,7	99

Источник: Министерство здравоохранения, труда и благосостояния Японии.

URL: <http://www.hakusyo.mhlw.go.jp/wpdocs/hpyj199401/b0118.html> (дата обращения 30.11.2012).

Определенную ценность представляли на начальном этапе политики «открытости» и китайские запасы природных ресурсов. В 80-е гг. КНР была одним из крупнейших в мире производителей угля. После открытия в 60-70-е гг. ряда месторождений добыча нефти в стране также начала расти. До 1993 г. Китай был нетто-экспортером нефти и обеспечивал не только себя, но и

⁸ Сайт Международной организации труда. URL: <http://laborsta.ilo.org/STP/guest> (дата обращения 04.02.2013).

соседние страны Восточной Азии. Особенно актуальным получение доступа к китайским нефти и углю было для компаний небогатой природными ресурсами Японии.

В целом можно сказать, что в 1980-90-е гг. условия для производственной деятельности в КНР (в то время пока еще в низкотехнологичных и трудоемких отраслях) были весьма благоприятны. Говоря о конкурентоспособности китайского национального хозяйства в целом, А.И. Салицкий отмечает, что одним из важнейших ее факторов были низкие ценовые показатели, связанные в том числе и с валютной политикой китайского руководства. Во второй половине 80-х – первой половине 90-х гг. была предпринята серия девальваций юаня, главным следствием которой стало снижение базы цен внутреннего китайского рынка. В результате существенно повысилась ценовая конкурентоспособность китайской экономики по сравнению со странами ЮВА и НИС по широкому ассортименту промышленной продукции, сырьевым и инвестиционным товарам, полуфабрикатам⁹. Сравнительно низкая база цен стала дополнительным фактором привлекательности экономики КНР для иностранного предпринимательского капитала.

Следует подчеркнуть, что реализация всех этих конкурентных преимуществ была бы невозможна без проведения руководством страны политики по привлечению и регулированию прямых иностранных инвестиций, которая оказалась достаточно результативной.

С самого начала политики «реформ и открытости» (конец 1970-х гг.), привлечение ПИИ в экономику КНР было одним из приоритетов китайского руководства ввиду очевидного их положительного воздействия на экономическое развитие страны. Как известно, прямые иностранные инвестиции, помимо притока финансовых ресурсов, сопровождаются передачей технологий и управленческого опыта стране-реципиенту. В связи с

⁹ Салицкий А.И. Взаимодействие КНР с мировым хозяйством. М.: МОНФ, 2001. С. 100-105.

этим очевидна была их необходимость для решения целого ряда задач, поставленных в процессе реформ: ускоренной модернизации экономики, достижения «совместной зажиточности» населения, увеличения ВВП в четыре раза к середине XXI в., достижения к этому же времени уровня благосостояния среднеразвитых стран и др.

Осознавая потенциальную пользу от предпринимательской деятельности иностранных компаний в стране, китайское руководство на протяжении последних десятилетий проводило активную политику по привлечению и регулированию ПИИ. За пореформенные годы произошла заметная либерализация инвестиционного режима, которая в сочетании со сравнительно низкими издержками производства и огромным потенциалом внутреннего рынка Китая создала в экономике КНР чрезвычайно благоприятные условия для иностранных капиталовложений.

Либерализация режима привлечения ПИИ в экономику Китая происходила поэтапно.

В 80-е годы было сформировано базовое законодательство, определившее возможные формы присутствия иностранного капитала в КНР и меры регулирования по отношению к предприятиям с иностранными инвестициями. Среди базовых законов – Закон КНР о паевых совместных предприятиях с участием китайского и иностранного капитала (1979), Закон КНР о предприятиях полной иностранной собственности (1986), Закон КНР о контрактных совместных предприятиях (1988).

Впоследствии законодательство совершенствовалось и видоизменялось в соответствии с потребностями китайской экономики. По некоторым подсчетам за первые двадцать лет реформ в стране было принято несколько сотен законов, положений и правил, регулирующих широкий круг вопросов иностранного предпринимательства¹⁰. Генеральным направлением этого процесса было приведение инвестиционного законодательства в

¹⁰ Львов Н.Л. Иностранные инвестиции в Китае как фактор экономического роста. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. М., 2002. С. 100.

соответствие с международными стандартами. В результате инвестиционный климат в стране в целом становился все более благоприятным для иностранных предпринимателей. Несмотря на периодическое ужесточение регулирования инвестиционных потоков в отдельных областях, имевших особое значение для китайской экономики, у иностранных компаний появлялось все больше возможностей для инвестирования¹¹.

На начальном этапе политика привлечения ПИИ в экономику Китая базировалась преимущественно на специальных мерах государственного стимулирования, которые включали предоставление зарубежным предпринимателям различных преференций (налоговых, таможенных, валютных и т.д.). В начале 80-х гг. в прибрежных провинциях Китая начали создаваться первые свободные экономические зоны (СЭЗ) с преференциальным режимом для иностранных компаний. СЭЗ должны были выступать в качестве «полигона» экономических реформ, где правительство могло проводить эксперименты с рыночными преобразованиями¹². В СЭЗ зарубежные инвесторы получали возможность освобождения от налогов и импортных пошлин на комплектующие, возврата НДС при экспорте продукции и ряд других привилегий.

Первыми СЭЗ стали открытые для иностранного капитала в 1980 г. Шэньчжэнь, Чжухай, Шаньтоу (провинция Гуандун) и Сямэнь (провинция Фуцзянь). В 1984 г. были открыты 14 приморских городов, расположенных вдоль юго-восточного побережья (среди них Далянь, Тяньцзинь, Циндао, Шанхай, Гуанчжоу и другие). Через некоторое время были открыты новые приморские зоны со льготным режимом: они располагались на Ляодунском полуострове, в провинции Хэбэй (вблизи Пекина и Тяньцзиня), на полуострове Шаньдун, в дельтах рек Янцзы и Чжуцзян. В 1988 г.

¹¹ Мозиас П.М. Либерализация инвестиционного режима: опыт Китая // Проблемы Дальнего Востока. 1999. № 4; Мозиас П.М. Иностранные инвестиции в Китае: на пороге нового этапа. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXII научная конференция. М., 2002.

¹² Мозиас П.М. Свободные экономические зоны в Китае: современный этап развития. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXV научная конференция. М., 2005. С. 235.

крупнейшей СЭЗ Китая стал о. Хайнань; было также решено расширить первые четыре СЭЗ. Важнейшим событием «территориальной открытости» начала 90-х гг. стало создание зоны Пудун близ Шанхая. Таким образом, число СЭЗ постоянно росло, и к началу 90-х гг. в Китае, преимущественно в юго-восточных провинциях, сложился целый пояс свободных экономических зон.

Вместе с увеличением количества СЭЗ становились более разнообразными и их функции. С самого начала СЭЗ были важным инструментом избирательного развития отраслей китайской экономики и регионов страны. Важную роль в этом развитии должен был играть промышленный комплекс, сформированный на основе заимствованных у иностранных инвесторов современных технологий. Благодаря этим заимствованиям должна была происходить постепенная технологическая перестройка китайских предприятий и модернизация промышленности КНР.

На начальном этапе СЭЗ привлекали иностранный капитал в первую очередь в низкотехнологичные отрасли промышленности¹³. Так, в 1987 г. главной статьей экспорта из созданной в 1979 г. Шэньчжэньской СЭЗ были текстильные товары (35%), второе место занимали изделия других отраслей легкой промышленности (25%), далее следовала продукция электротехнической и электронной (17%), фармацевтической (13%) и пищевой (7%) промышленности¹⁴. Только по прошествии определенного времени произошли заметные структурные изменения, которые сделали многие из СЭЗ важнейшими центрами развития высоких технологий. В этой связи показателен прежде всего пример Шэньчжэня.

Для целей технологического развития создавались и узкоспециализированные СЭЗ. К 2007 г. в крупных и средних городах Китая

¹³ Мозиас П.М. Эволюция политики «территориальной открытости» в КНР // Проблемы Дальнего Востока. 1993. № 3. С. 66-67.

¹⁴ Салицкий А.И. Указ. соч. С. 131.

функционировало более 30 «зон экономического и технологического развития» и более 50 «зон развития новых и высоких технологий»¹⁵.

Еще одной важной функцией СЭЗ стало обеспечение валютных поступлений за счет экспорта. Хотя стимулирование экспортной деятельности осуществляется и в многофункциональных СЭЗ, создавались также специализированные «зоны свободной торговли». На конец 2007 года их насчитывалось 15¹⁶.

В процессе осуществления политики «территориальной открытости» создавались и другие узкоспециализированные виды СЭЗ. Преференциальный режим и набор льгот по каждой экономической зоне определялся в зависимости от конкретных задач и приоритетов.

Начиная с 90-х гг. в регулировании прямых иностранных инвестиций все шире стали использоваться косвенные, экономические методы. Действие рыночных механизмов постепенно распространилось и за пределы СЭЗ. Расширился набор отраслей, доступных для иностранных инвесторов, были сняты некоторые территориальные ограничения. Так, например, в 1990 г. было разрешено создание предприятий с иностранным капиталом в финансовом секторе: сначала – в ряде приморских городов, а затем и на всей территории страны¹⁷. Если в 80-е гг. степень либерализации сферы услуг была значительно ниже, чем в отраслях материального производства, то с начала 90-х гг. возможности иностранных компаний в таких ключевых сервисных отраслях, как банковское дело, страхование, транспортные перевозки, оптовая и розничная торговля начали расширяться¹⁸.

Значительная либерализация сферы услуг и режима регулирования ПИИ в Китае в целом произошла в результате присоединения страны к

¹⁵ Сайт Министерства коммерции КНР. URL: <http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/en/e/2007-11-29/13576.shtml> (дата обращения 04.02.2013).

¹⁶ Там же.

¹⁷ Мозиас П.М. Свободные экономические зоны в Китае: современный этап развития. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXV научная конференция. М., 2005. С. 237.

¹⁸ Мозиас П.М. Либерализация инвестиционного режима: опыт Китая // Проблемы Дальнего Востока. 1999. №4. С. 93-94.

Всемирной торговой организации (ВТО) в 2001 году. Можно сказать, что это событие стало логическим продолжением политики «реформ и открытости»¹⁹.

Присоединение Китая к ВТО важно для иностранных инвесторов по нескольким причинам. Во-первых, снижение таможенных пошлин и ликвидация нетарифных ограничений позволяют иностранным производителям ввозить комплектующие и экспортировать продукцию с меньшими издержками. Во-вторых, вступая в организацию, Китай принял обязательства по либерализации в большом числе отраслей, прежде всего сферы услуг. Наконец, присоединение к ВТО означает общее улучшение инвестиционного климата в стране. Получив статус члена организации, Китай должен был ускорить рыночные преобразования, принять меры для повышения транспарентности экономики и обеспечения защиты прав инвесторов.

В отношении либерализации сферы услуг большое значение имело подписание Китаем Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС). В соответствии с этим соглашением потенциальные члены ВТО принимают оговоренный объем обязательств по отдельным отраслям сферы услуг, в том числе и в отношении «коммерческого присутствия» (т.е. ПИИ).

Согласно обязательствам по ГАТС, Китай снял ограничения на число предприятий с иностранным капиталом, их географическое расположение, сферу деятельности, организационные формы, долю иностранной собственности и структуру активов в целом ряде важных для иностранных инвесторов отраслей²⁰. Либерализация происходила поэтапно: часть ограничений была снята уже к 2001 г. в результате заключения Китаем двухсторонних соглашений с отдельными странами, а к 2008 г., согласно

¹⁹ Подробнее см.: Кульнева П.В. Либерализация инвестиционного режима в Китае: новый этап // Мировая экономика и международные отношения. 2009. №12.

²⁰ Aaditya Mattoo. China's Accession to the WTO: the Services Dimension // Journal of International Economic Law. 2003. № 6 (2). P. 306-314.

протоколу о присоединении к ВТО, Китай должен был выполнить все принятые обязательства.

К 2008 г. в большей части профессиональных услуг, строительстве, страховании (кроме страхования жизни), лизинге, рекламе, досмотре и сертификации импортных и экспортных товаров, туризме было разрешено создание предприятий, находящихся в полной иностранной собственности. В компьютерных услугах, оптовой торговле, розничной торговле (в сетях, не превышающих 30 магазинов), образовании, автомобильных и железнодорожных перевозках и вспомогательных услугах по всем видам перевозок, телекоммуникациях (с ограничениями) был разрешен иностранный контроль. Значительная либерализация была проведена в банковском секторе: уже с 2006 г. были сняты географические ограничения на деятельность иностранных банков и разрешены операции в юанях со всеми клиентами.

Либерализация сферы услуг дает возможность иностранным компаниям сформировать в экономике Китая необходимые поддерживающие отрасли для более успешного развития бизнеса, в том числе открывать новые финансовые и другие учреждения, создавать транспортные и сбытовые сети.

Росту привлекательности Китая как объекта инвестирования способствовало и то, что он – в соответствии с Соглашением ВТО о торговых аспектах инвестиционных мер (ТРИМС) – отказался от мер промышленной политики по отношению к иностранным инвесторам. Из инвестиционных законов были изъяты требования об утверждении китайскими государственными органами производственных планов предприятий с иностранным капиталом и планов по экспорту и импорту. Одновременно были отменены статьи законов, предписывающие иностранным инвесторам закупать определенную часть сырья и оборудования на внутреннем рынке и использовать преимущественно местный персонал. Были также сняты требования, обязывающие предприятия с иностранными инвестициями

экспортировать продукцию, и изъято положение об обязательной сбалансированности валютных доходов и расходов предприятий²¹. Это дало иностранным компаниям значительно большую свободу.

Обязательства Китая по либерализации доступа иностранного капитала в отдельные отрасли экономики нашли отражение в «Индустриальном каталоге по иностранным инвестициям»²². Каталог был впервые издан в 1995 г. для осуществления контроля за отраслевой структурой инвестиций. В это время объем привлеченного иностранного капитала был уже весьма значителен, и возникла необходимость в регулировании его потоков. Отрасли китайской экономики делятся в каталоге на те, в которых иностранные инвестиции «поощряются», «ограничиваются» или «запрещаются». В не упомянутых в каталоге отраслях иностранные инвестиции разрешены по умолчанию. Существующие же ограничения касаются максимально допустимой доли иностранного капитала, формы его участия и других условий. Каталог переиздавался пять раз: в 1997, 2002, 2004, 2007 и 2011 гг., каждый раз отражая изменения в инвестиционной политике руководства КНР.

После вступления Китая в ВТО количество подотраслей, в которых иностранные инвестиции поощряются, увеличилось, а тех, где инвестиции ограничиваются, уменьшилось. Уже при пересмотре каталога в 1997 г., когда Китай активно вел переговоры о присоединении к организации, была заметна значительная либерализация: число отраслей, где иностранные инвестиции одобряются, выросло со 172 до 186, а число отраслей, где они лимитируются, уменьшилось со 114 до 112. В каталоге 2002 г. инвестиции поощрялись в 262 отраслях, а ограничивались только в 75 отраслях. При этом в редакции каталога 2002 г. были отражены обязательства увеличить разрешенную долю

²¹ Мозиас П.М. Иностранные инвестиции в Китае: на пороге нового этапа. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXII научная конференция. М., 2002. С. 251.

²² Вайшан тоуцзы чанье чжидо мулу 1995/1997/2002/2004/2007/2011 (Индустриальный каталог по иностранным инвестициям за разные годы). URL: <http://www.law-lib.cn> (дата обращения: 10.02.2013).

иностранный капитал в контейнерных перевозках (до 100%), наземном транспорте (до 100%), телекоммуникациях (с ограничениями), оптовой и розничной торговле большинством товаров (контрольный пакет). Кроме того, заявлялось о намерении увеличить ее в ближайшее время в лизинге (до 100%), страховании (с ограничениями), рекламе (до 100%), в компаниях, занимающихся досмотром, экспертизой и сертификацией импортных и экспортных товаров (до 100%).

Последние две редакции каталога – 2007 и 2011 гг. – составлены с учетом приоритетных направлений привлечения иностранного капитала в китайскую экономику на данном этапе ее развития. Основными тенденциями являются дальнейшее «открытие» экономики КНР, продолжение модернизации отраслей, повышение добавленной стоимости в промышленной продукции, развитие сферы услуг, устранение диспропорций в развитии отраслей и регионов. Значительное внимание стало уделяться вопросам экологии.

После ревизии каталога в 2007 г. у иностранных инвесторов появились новые возможности в логистике и аутсорсинге (эти услуги были перемещены в «поощряемую» категорию). Кроме того, в каталоге был расширен список «поощряемых» подотраслей машиностроения и высоких технологий. Важным условием для получения статуса «поощряемой» отрасли стало соответствие требованиям энергосбережения и незагрязнения окружающей среды. Комментарии в отношении регионов инвестирования были расширены и перемещены из общего каталога в отдельный «Каталог приоритетных для иностранных инвестиций отраслей в центральных и западных регионах». В нем указан список приоритетных секторов для каждой провинции в отдельности²³.

В 2011 г. в «поощряемую» категорию были добавлены производства с использованием экологически чистого сырья, производство оборудования

²³ См.: China Law & Practice. December 2007 / January 2008. P. 19.

для очистки воздуха и воды, переработка использованной электротехники, строительство и эксплуатация электростанций с циркулирующей водой, производство натуральных биологически активных добавок и ингредиентов для пищевой промышленности. Из группы отраслей с ограничениями для ПИИ был изъят целый ряд подотраслей сферы услуг, в том числе франчайзинг, дистрибуция медицинских препаратов, финансовый лизинг, продажа аудиовизуальной продукции (за исключением фильмов). В отношении этой группы было снято требование о сохранении контрольного пакета акций у китайской стороны. Заметные изменения произошли в здравоохранении: теперь на территории Китая допускается создание медицинских учреждений, находящихся в полной иностранной собственности²⁴.

В то же время, когда отдельные отрасли китайской экономики достигают достаточно высокого уровня развития и больше не испытывают потребности в иностранном капитале и технологиях, в индустриальный каталог вводятся определенные ограничения. Подобные корректировки вносятся и в тех случаях, когда изменяется экономическая ситуация или же когда кардинально меняются приоритеты китайского руководства. Так, в 2007 г. новые ограничения были введены в химической промышленности, в производстве биотоплива и деталей для автомобилей. С учетом огромного положительного сальдо торгового баланса и большого объема накопленных валютных резервов, из «поощряемой» категории в этом издании каталога были изъяты инвестиции в производство товаров, в полном объеме идущих на экспорт²⁵. В 2011 г. в «запрещенную» группу подотраслей попали почтовые экспресс-отправления внутри Китая и строительство и эксплуатация загородных домов. Последнее ограничение, очевидно, связано с перегревом на рынке недвижимости.

²⁴ См.: New Industrial Guidance Catalogue for Foreign Investment. Материал юридической компании «HIL». URL: <http://www.hil-publications.com/archives/686> (дата обращения: 04.02.2012).

²⁵ China Releases New Catalogue on Foreign Investment in Industry. Информация Совета по развитию торговли Гонконга. URL: <http://www.hktcdc.com/sme/newsflash/sme/flash071115.htm> (дата обращения 04.02.2012).

В целом, китайское руководство никогда не стремилось снять все ограничения для иностранного капитала в кратчайшие сроки, а действовало с учетом специфики отдельных секторов и отраслей. Политике «открытости» свойственны постепенность, дифференциация режимов в зависимости от конкретной ситуации в той или иной отрасли²⁶. Как справедливо пишет А.И. Салицкий, в китайской экономической политике часто сочетаются либерализация и протекционизм, открытость и «опора на собственные силы», проявлением этого является алгоритм «отпустить – зажать (урегулировать)»²⁷.

Несмотря на периодические урегулирования, за последние десятилетия в целом в КНР произошла заметная либерализация режима привлечения ПИИ. Красноречивым свидетельством масштабов этой либерализации является то, что ряд принятых Китаем при присоединении к ВТО обязательств выходят за рамки требований, предъявляемых этой организацией к другим странам-членам.

Учитывая длительную закрытость страны и масштабы ее экономики, к Китаю были предъявлены дополнительные требования в отношении транспарентности и проведения рыночных преобразований. Обязательства КНР по ГАТС также шире, чем у других государств. Китай стремится обеспечить национальный режим в максимальном количестве отраслей и в отношении всех форм предоставления услуг (трансграничное предоставление услуг, потребление услуг за рубежом, коммерческое присутствие и присутствие физических лиц)²⁸. Кроме того, обязательства по либерализации были приняты не только в сфере услуг, но и в автомобильной промышленности, чего обычно не требуется от членов ВТО²⁹.

²⁶ Мозиас П.М. Либерализация инвестиционного режима: опыт Китая. С. 84, 92–93.

²⁷ Салицкий А.И. Указ. соч. С. 39.

²⁸ Aaditya Mattoo. Op.cit. P. 304.

²⁹ Ya Qin J. Trade, Investment and Beyond: The Impact of WTO Accession on China's Legal System // The China Quarterly, № 191, September 2007. P. 730.

Такой решительный и в какой-то степени беспрецедентный характер принятых обязательств говорит о направленности курса китайского руководства на масштабную либерализацию внешнеэкономической деятельности и активное включение страны в международные торговые и инвестиционные процессы. Это предопределило выход Китая в первый эшелон стран мира по объемам иностранных капиталовложений.

Можно сказать, что сыграв определенную положительную роль в развитии экономики КНР на протяжении последних десятилетий, иностранный предпринимательский капитал способствовал созданию еще более благоприятных условий для инвестирования в Китае. Общеизвестным является вклад, который ПИИ внесли в экономический подъем отдельных регионов страны, рост благосостояния населения (и соответственно – расширение внутреннего спроса), оптимизацию отраслевой структуры китайской экономики, развитие инфраструктуры.

Исследования ОЭСР позволяют конкретизировать ряд положительных эффектов, связанных с деятельностью иностранного предпринимательского капитала в Китае в 80-90-е гг. Среди них можно отметить следующие:

- Начиная с 1980-х гг. ПИИ занимали существенную долю в китайских валовых внутренних инвестициях (до 6% в 1990-е гг.).
- Предприятия с иностранным капиталом создали новые рабочие места в деревнях и городах (более 18 млн. на 1998 г.). При этом ими был внесен заметный вклад в повышение квалификации наемных работников не только в трудоемких, но и в высокотехнологичных отраслях. Кроме того, поскольку эти предприятия отличаются более высоким уровнем оплаты труда, их деятельность способствовала повышению среднего уровня доходов населения.
- Предприятия с иностранными инвестициями внесли весомый вклад в рост промышленного производства Китая, обеспечивая до 37%

валового выпуска в 90-е гг.; при этом происходила передача важных для модернизации китайской промышленности технологий.

- Приход на китайский рынок предприятий с прямыми иностранными инвестициями усилил конкуренцию в отраслях китайской экономики. Исследования показывают, что в отраслях со значительным присутствием иностранного капитала производительность росла более высокими темпами³⁰.

Безусловно, происшедшие за последние десятилетия в китайской экономике положительные перемены связаны не только и не столько с прямыми иностранными инвестициями, сколько с общим курсом экономических преобразований, продуманностью и постепенностью реформ. В то же время очевидно, что создание благоприятных условий для иностранных инвесторов и расширение притока иностранного капитала способствовали успешному ходу самих реформ.

Высокие темпы экономического роста в КНР, огромные масштабы экономики и весьма обнадеживающие перспективы ее развития стали одним из важнейших конкурентных преимуществ Китая в глазах иностранных инвесторов.

Согласно официальной китайской статистике, среднегодовые темпы прироста ВВП страны в 1979-2012 гг. составляли 9,9%, и они существенно не замедлились даже в период мирового финансового кризиса, составив в 2008-2012 гг. в среднем 9,2%. В 2010 г. Китай обогнал Японию по объему ВВП, став второй экономикой мира, и согласно прогнозам МВФ в ближайшие несколько лет должен обогнать США.

На протяжении пореформенных десятилетий росли и продолжают расти объемы промышленного производства и инвестиций в основной капитал, увеличиваются объемы грузовых перевозок, расширяются

³⁰ Main Determinants and Impacts of Foreign Direct Investment on China's Economy. OECD, December 2000. URL: <http://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/1922648.pdf> (дата обращения 30.11.2012). P.26-37.

масштабы строительства, растет численность экономически активного населения и объем внутреннего рынка КНР (см. табл. 3). Учитывая переориентацию страны на инфраструктурные проекты как на новую движущую силу экономического роста в условиях падения спроса на мировых рынках, можно ожидать, что уже в ближайшие годы будут расширены транспортные сети, улучшена система коммуникаций, модернизирован энергетический сектор. Все это должно создать еще более благоприятные условия для деятельности иностранных компаний в Китае. В 2012 г. китайским руководством были одобрены 60 новых инфраструктурных проектов общей стоимостью 150 млрд. долл.³¹

Таблица 3.

Масштабы экономики КНР

	Темпы прироста ВВП (%)	Численность экономически активного населения (млн. чел.)	Объем добавленной стоимости в промышленности, млрд. юаней (прирост, %)	Инвестиции в основной капитал, млрд. юаней (прирост, %)	Объем грузовых перевозок, млн. т (прирост, %)	Масштабы строительства (стоимость построенных объектов), млрд. юаней (прирост, %)	Объем розничных продаж потребительских товаров, млрд. юаней (прирост, %)
2001	8,3	744,3	4358 (8,9)	3721 (13,0)	14012 (3,1)	1536 (22,9)	4306 (10,1)
2002	9,1	753,6	4743 (8,8)	4350 (16,9)	14827 (5,8)	1853 (20,6)	4814 (11,8)
2003	10,0	760,8	5495 (15,9)	5557 (27,7)	15614 (5,3)	2308 (24,6)	5252 (9,1)
2004	10,1	768,2	6521 (18,7)	7048 (26,8)	17064 (9,3)	2775 (20,2)	5950 (13,3)
2005	11,3	778,8	7723 (18,4)	8877 (26,0)	18621 (9,1)	3455 (24,5)	6835 (14,9)
2006	12,7	763,2	9131 (18,2)	10100 (13,8)	20379 (9,4)	4156 (20,3)	7915 (15,8)
2007	14,2	765,3	11053 (21,0)	13732 (36,0)	22758 (11,7)	5104 (22,8)	9357 (18,2)
2008	9,6	770,5	13026 (17,9)	17283 (25,9)	25874 (13,7)	6204 (21,6)	11483 (22,7)
2009	9,2	775,1	13524 (3,8)	22460 (30,0)	28252 (9,2)	7681 (23,8)	13269 (15,6)
2010	10,4	783,9	16072 (18,8)	25168 (12,1)	32418 (14,8)	9603 (25,0)	15700 (18,3)
2011	9,3	785,8	18847 (17,3)	31149 (23,8)	36969 (14,0)	11646 (21,3)	18392 (17,1)
2012	7,7	788,9	19967 (5,9)	37470 (20,3)	40994 (10,9)	13722 (17,8)	21031 (14,3)

По данным Бюро статистики КНР (URL: <http://www.stats.gov.cn>).

Средний обменный курс юаня к доллару США в рассматриваемый период равен 7,8:1.

По мере развития экономики страны растет (хотя и неравномерно) и уровень жизни китайского населения. В соответствии с выдвинутой в 1980-е

³¹ China approves \$157 billion infrastructure spending. Материал агентства «Рейтер».

URL: <http://www.reuters.com/article/2012/09/07/us-china-economy-idUSBRE8860EC20120907> (дата обращения: 03.01.2013).

гг. Дэн Сяопином установкой, части жителей КНР было «разрешено» обогатиться раньше других, поэтому политика «территориальной открытости» была ориентирована, в первую очередь, на ускоренный экономический рост в и без того развитых южных и восточных провинциях Китая. Во второй половине 90-х гг. китайское руководство осознало, насколько велики издержки несбалансированного роста и стало уделять больше внимания развитию центральных и северо-западных районов. Разрыв в уровнях развития регионов страны и в доходах их жителей по-прежнему остается довольно значительным, но происшедшие изменения достаточно существенны и открывают перед иностранными инвесторами еще одну новую возможность – огромный внутренний рынок.

Численность богатых китайцев и тех, кого можно отнести к «среднему» классу, постоянно растет. Если в 2005 г. людей с ежегодным доходом на семью от 60 тыс. до 500 тыс. юаней (примерно 8,5 - 71,5 тыс. долл. США) насчитывалось 65,5 млн., то к 2007 г. их численность увеличилась до 80 млн.³² Это сопоставимо с населением крупной европейской страны. Люди с таким уровнем доходов могут позволить себе покупку современной бытовой техники, автомобилей, недвижимости, могут оплатить образование и туристические поездки. По прогнозам европейской маркетинговой исследовательской компании «Euromonitor International», к 2020 г. уже 700 млн. китайцев могут быть отнесены к «среднему» классу³³.

Эти прогнозы представляются вполне реальными с учетом огромной численности потенциальных потребителей, проживающих в китайской деревне. Взяв в 2009 г. курс на отход от экспортноориентированного развития и расширение внутреннего спроса в качестве одной из мер борьбы с последствиями мирового экономического кризиса, правительство КНР планирует до 2020 г. увеличить среднедушевые доходы китайских крестьян в

³² Hodgson A. China's Middle Class Reaches 80 Million. Материал агентства «Euromonitor International». URL:http://www.euromonitor.com/Chinas_middle_class_reaches_80_million (дата обращения: 03.01.2013).

³³ Там же.

два раза. Параллельно будет продолжаться процесс урбанизации: все больше и больше жителей КНР будут переселяться в города. Если в конце 2009 г. уровень урбанизации в Китае составлял 46,6%, то к 2035 г., по прогнозам ООН, он достигнет 70%³⁴. Вероятно, это произойдет не только за счет заселения крупнейших городов, но и городов меньшего размера. Городские жители будут предъявлять повышенный спрос на недвижимость, автомобили, бытовую технику и другие потребительские товары.

Особого внимания заслуживает китайский рынок предметов роскоши, который уже сейчас достигает огромных размеров. Рост этого рынка связан не только с увеличением доходов населения и традиционно высокой у китайцев нормой сбережений, но и с существующим в китайской культуре акцентом на «лице» и престиже, когда обладание предметом роскоши является важным показателем социального статуса.

Согласно официальной статистике, в 2009 г. потребление предметов роскоши в Китае составляло 27,5% от общемирового показателя. Тогда по объему этого рынка Китай уступал только США. При этом в 2007-2010 гг. в КНР были зарегистрированы самые высокие в мире темпы роста рынка потребления предметов роскоши, и уже в 2010 г. страна заняла первое место по объемам продаж этой продукции (достигшим 6,5 млрд. долл.)³⁵. По прогнозам банка «Goldman Sachs», в ближайшие пять лет численность китайцев, покупающих предметы роскоши, увеличится с сегодняшних 40 млн. до 160 млн., т.е. в 4 раза³⁶. Во многом этот рост будет обеспечен за счет малых и средних периферийных городов, уровень экономического развития которых постоянно повышается.

Однако рост уровня жизни китайского населения имеет и обратную сторону. Увеличение заработной платы в КНР (по некоторым оценкам – на

³⁴ The China Business Handbook 2011. Shenzhen : ACA Publishing Ltd., 2011. P. 102.

³⁵ Там же.

³⁶ Материал веб-сайта «Beijing Today». URL: <http://www.beijingtoday.com.cn/tag/luxury> (дата обращения: 03.12.2012).

20% в год на протяжении последних нескольких лет³⁷) приводит к тому, что китайские трудовые ресурсы начинают проигрывать в конкуренции с рабочей силой таких стран Юго-Восточной Азии, как Вьетнам, Таиланд, Малайзия и другие. В связи с этим размещение трудоемких производств в Китае (особенно в восточных и юго-восточных провинциях) становится все менее выгодным с точки зрения экономии на издержках производства.

Рост заработной платы происходит по ряду причин и связан, прежде всего, с тем, что повышение уровня образования, квалификации работников и их производительности в наиболее развитых провинциях Китая (где и сосредоточена большая часть иностранных инвестиций) требует и соответствующего увеличения оплаты труда. Помимо этого, Бюро статистики труда США отмечает роль принятого в 2008 г. в КНР Закона о трудовом договоре, который регламентировал условия найма и расширил возможности работников отстаивать свои права³⁸. Росту заработной платы способствуют и такие факторы, как недостаточно высокая мобильность деревенской рабочей силы, сдерживание миграции из деревень в города и последствия политики по ограничению рождаемости.

Все это, тем не менее, не означает, что Китай утратил свое значение мировой производственной базы. Ведь его конкурентные преимущества состоят не только в низкой стоимости рабочей силы, но и в том, что к настоящему времени в стране созданы целые производственные кластеры с отработанной системой поставок и способностью гибкого реагирования на меняющиеся запросы иностранных компаний. Это достигается благодаря специализации отдельных районов Китая на производстве определенной продукции и существованию устойчивых (нередко клановых) связей между производителями и поставщиками смежной продукции.

³⁷ The boomerang effect. As Chinese wages rise, some production is moving back to the rich world. «The Economist». 21 апреля 2012 г. URL: <http://www.economist.com/node/21552898> (дата обращения: 03.12.2012).

³⁸ 2011 Report: China manufacturing hourly labor rate, compensation costs impact EMS. Материал компании «Venture Outsource». URL: <http://www.ventureoutsource.com/contract-manufacturing/2011-china-manufacturing-hourly-labor-rate-compensation-costs-ems> (дата обращения: 04.12.2012).

Кроме того, с точки зрения соотношения между стоимостью и квалификацией, китайская рабочая сила по-прежнему достаточно конкурентоспособна по сравнению со многими другими странами Азии³⁹, а численность дешевых трудовых ресурсов в менее развитых внутренних районах страны по-прежнему весьма велика. При условии создания в этих районах необходимой инфраструктуры иностранные предприятия смогут рассматривать новые варианты размещения своих производств. Еще одним решением проблемы, к которому уже прибегают некоторые западные компании, является сокращение числа наемных работников и автоматизация производственного процесса⁴⁰. Это позволяет элиминировать издержки на рабочую силу.

По нашему мнению, на данный момент масштабного перемещения производств из Китая в другие страны не предвидится. Речь идет лишь о том, что с новыми конкурентными преимуществами Китай будет участвовать в производственных цепочках ТНК в несколько иной форме. Будет постепенно меняться специализация страны и ее место в мировой экономике, а структура и объемы ПИИ будут во многом зависеть от мотивов иностранных компаний.

В настоящее время среди иностранных предприятий, оперирующих в Китае (в том числе японских), все большую популярность приобретают стратегии «Китай+1», а также «Китай+2» и «Китай+3», подразумевающие открытие дополнительных заводов или фабрик в других странах Азии при сохранении производственной базы в Китае. Это позволяет диверсифицировать риски и оптимизировать производственные цепочки с учетом конкурентных преимуществ каждой отдельной страны.

³⁹ См. Where is China's manufacturing industry going? Deloitte China manufacturing competitiveness study 2011. Deloitte China Research and Insight Centre. November 2011. URL: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-China/Local%20Assets/Documents/Industries/Manufacturing/cn_mfg_2011MFGreport_281211.pdf (дата обращения: 03.12.2012).

⁴⁰ The end of cheap China. What do soaring Chinese wages mean for global manufacturing? «The Economist». 10 марта 2012 г. URL: <http://www.economist.com/node/21549956> (дата обращения: 04.12.2012).

§ 2. Мотивы расширения экономической деятельности японских компаний в Китае

Торгово-экономические связи между Японией и Китаем были прочными еще в довоенный период, поэтому их восстановление после Второй мировой войны произошло довольно быстро. Этому способствовала очевидная заинтересованность сторон в сотрудничестве друг с другом.

Еще в первой половине XX в. в экономику Китая (главным образом в Маньчжурии) японским промышленным капиталом были осуществлены значительные инвестиции. К окончанию войны Китай был важнейшим для Японии поставщиком сырья (в первую очередь каменного угля) и одним из основных рынков сбыта японской промышленной продукции. Очевидно, что Япония нуждалась в Китае как в одной из опор для восстановления своей экономики после войны; Китай, в свою очередь, испытывал потребность в японской стали и оборудовании для модернизации промышленности⁴¹. О наличии у обеих сторон сильной мотивации к углублению экономических связей в послевоенный период свидетельствует тот факт, что торговля осуществлялась достаточно активно даже в условиях отсутствия дипломатических отношений между странами (еще в 1950-е гг. между китайской и японской сторонами было заключено несколько неправительственных соглашений о торговле).

Что касается прямых инвестиций японских компаний в Китае, то они стали возможны лишь в 1980-е гг. после объявления правительством КНР о начале политики «реформ и открытости». Статистика организации «Джетро» за несколько последних десятилетий свидетельствует о том, что начиная с

⁴¹ Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006. Т. 3. С. 80.

1980-х гг., и особенно в 90-е гг., роль Китая как объекта инвестирования японских компаний постоянно возрастала (см. табл. 4). Рост японских прямых инвестиций в Китае способствовал, в свою очередь, еще большему расширению торговых связей между странами.

Таблица 4.

**Значение Китая как объекта прямых зарубежных инвестиций
японских компаний (1979-2012)**

Годы	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Общий объем ПИИ (млн. долл.)	4995	4693	8932	7703	8145	10155	12217	22320	33364	47022
ПИИ в странах Азии* (млн. долл., %)	968 (19,4)	1176 (25,1)	3316 (37,1)	1378 (17,9)	1769 (21,7)	1603 (15,8)	1415 (11,6)	2310 (10,3)	4839 (14,5)	5526 (11,8)
из них в НИЭ (млн. долл.)	614	378	723	739	1117	808	718	1531	2581	3264
в АСЕАН4 (млн. долл.)	340	787	2568	620	650	681	597	553	1031	1966
в Китае (млн. долл., %)	14 (1,4)	12 (1,0)	26 (0,8)	18 (1,3)	3 (0,2)	114 (7,1)	100 (7,1)	226 (9,8)	1226 (25,3)	296 (5,4)

Годы	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Общий объем ПИИ (млн. долл.)	67540	56911	41584	34138	36025	41051	22651	23443	26057	24627
ПИИ в странах Азии* (млн. долл., %)	8120 (12,0)	6946 (12,2)	5865 (14,1)	6187 (18,1)	6510 (18,1)	9317 (22,7)	8267 (36,5)	9192 (39,2)	12045 (46,2)	7139 (29,0)
из них в НИЭ (млн. долл.)	4901	3355	2203	1920	2420	2865	1771	3039	5228	2286
в АСЕАН4 (млн. долл.)	2782	3243	3082	3197	2398	3887	3312	3836	4954	3551
в Китае (млн. долл., %)	438 (5,4)	349 (5,0)	579 (9,9)	1070 (17,3)	1691 (26,0)	2565 (27,5)	3183 (38,5)	2317 (25,2)	1862 (15,5)	1301 (18,2)

Годы	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Общий объем ПИИ (млн. долл.)	22266	31534	38495	32039	28767	30962	45461	50165	73483	130801
ПИИ в странах Азии* (млн. долл., %)	1427 (6,4)	1932 (6,1)	7536 (19,6)	7789 (24,3)	4783 (16,6)	10270 (33,2)	15753 (34,7)	16100 (32,1)	17265 (23,5)	16381 (12,5)
из них в НИЭ (млн. долл.)	728	-686	2459	3001	31	1873	4902	3893	6039	5842
в АСЕАН4 (млн. долл.)	339	1684	2920	2166	773	2534	4276	6038	5007	4043

в Китае (млн.долл., %)	360 (25,2)	934 (48,3)	2158 (28,6)	2622 (33,7)	3980 (83,2)	5863 (57,1)	6575 (41,7)	6169 (38,3)	6218 (36,0)	6496 (39,7)
---------------------------	---------------	---------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Годы	2009	2010	2011	2012
Общий объем ПИИ (млн. долл.)	74650	57223	108808	122355
ПИИ в странах Азии* (млн. долл., %)	16346 (21,9)	18464 (32,3)	35156 (32,3)	27919 (22,8)
из них в НИЭ (млн. долл.)	5907	6902	9302	8043
в АСЕАН4 (млн. долл.)	3540	4310	13204	6397
в Китае (млн. долл., %)	6899 (42,2)	7252 (39,3)	12649 (36,0)	13479 (48,3)

Источник: статистика организации «Джетро» (URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics>). Данные до 1994 г. – Japan's Outward FDI (based on reports and notifications) by Country/Region (value); после 1995 г. – Japan's Outward FDI by Country/Region (Balance of Payments basis). В скобках указана доля Восточной Азии в общем объеме ПИИ японских компаний; для Китая в скобках указана его доля в общем объеме ПИИ японских компаний в Восточной Азии.

*НИЭ: Гонконг, Республика Корея, Сингапур, Тайвань; АСЕАН4: Индонезия, Малайзия, Таиланд, Филиппины.

Чтобы лучше понять, какие факторы подталкивали японские компании к активизации деятельности в Китае, обратимся вновь к теориям прямых иностранных инвестиций и рассмотрим типовые мотивы, которыми обычно руководствуются иностранные предприятия при осуществлении капиталовложений за рубежом (см. табл. 1).

Из тех теорий, которые обосновывают решения об инвестировании внутренней мотивацией компаний, стоит отметить теорию «монополистической конкуренции и несовершенства рынка» С. Хаймера и теорию «интернализации» П. Баккли и М. Кэссона. Обе теории связывают инвестиционные решения с наличием у компаний оригинального продукта, более совершенных технологий или ноу-хау. В первом случае тот контроль над иностранным рынком, который становится возможным благодаря осуществлению прямых инвестиций при наличии монополистического преимущества, позволяет компенсировать риски и транзакционные издержки инвестирования. Во втором случае капиталовложения осуществляются с целью поддержания целостной внутренней структуры ТНК, достижения эффекта масштаба и сохранения конкурентных преимуществ. В связи с этим отмечается возможность применения стратегии инвестирования за рубежом для преодоления торговых барьеров.

Теория «жизненного цикла товара» Р. Вернона более глобальна и распространяется не только на отдельные товары и виды производств, но и на экономику в целом. Согласно этой теории, при достижении этапа «зрелости» жизненного цикла как отдельными товарами, так и целыми отраслями экономики страны становится целесообразным их перемещение на менее развитые рынки, где соответствующие товары и отрасли еще не достигли этапа «зрелости».

Большой интерес представляет также уже рассмотренная в предыдущем разделе «эклeктическая парадигма» Дж. Даннинга. Помимо упомянутых составляющих решения компании об инвестировании («O», «L» и «I-преимущества») следует особо отметить мотивы инвестирования, связанные с поиском ресурсов, поиском рынка, поиском способов повышения эффективности и поиском стратегических активов.

Представляется, что на разных этапах экспорта японского предпринимательского капитала в Китай преобладали различные мотивы, но в целом в той или иной мере проявляла себя большая часть из упомянутых в таблице 1. Исследуя основные тенденции послевоенного развития экономик Японии и Китая и те условия, в которые ставила японские компании конъюнктура японского, китайского и мирового рынков, можно проследить основные этапы экспорта японского предпринимательского капитала и понять, как Китай вписывается во внешнеэкономическую стратегию японских компаний.

В экспорте японского предпринимательского капитала в послевоенный период можно выделить следующие этапы.

- 1950-60-е гг.: главные мотивы зарубежного инвестирования – поиск ресурсов и снижение издержек производства; инвестиции осуществляются в основном в энергоемкие и трудоемкие отрасли промышленности;
- 1970-е гг.: все большая часть инвестиций осуществляется с целью расширения сбыта за рубежом в связи с достижением стадии «зрелости»

жизненного цикла рядом товаров на японском внутреннем рынке; происходит перемещение за рубеж «нижних этажей» японской промышленности в связи с перестройкой отраслевой структуры экономики Японии; нефтяные кризисы стимулируют дальнейшее расширение зарубежных инвестиций в энергоемких отраслях; заметную роль начинает также играть мотив преодоления барьеров, воздвигаемых на пути японского экспорта в некоторые страны;

- 1980-е гг.: формируется система разделения труда в Восточной и Юго-Восточной Азии, углубляется взаимодополняемость их экономик; японские компании участвуют в создании объектов экономической инфраструктуры в регионе, стремятся оптимизировать производственные сети и сформировать поддерживающие отрасли; соглашение «Плаза»⁴² дает импульс к резкой активизации зарубежной деятельности японских промышленных компаний;
- 1990-е гг.: в связи с затяжной депрессией в экономике Японии, деиндустриализацией и сжатием внутреннего спроса происходит замещение внутреннего производства, в первую очередь с помощью азиатских производственных баз; не только компании производственного сектора, но и фирмы из сферы услуг ищут новые рынки сбыта;
- 2000-е гг. – настоящее время: продолжается оптимизация размещения японских предприятий за рубежом с учетом меняющихся конкурентных преимуществ стран; наблюдается беспрецедентное повышение роли сферы услуг в зарубежном инвестировании в связи с насыщением японского внутреннего рынка и открытием новых возможностей для капиталовложений в сервисных отраслях за рубежом.

Еще в 50-60-гг., в период модернизации промышленности и быстрых темпов роста, небогатая полезными ископаемыми Япония столкнулась с

⁴² Данное соглашение было подписано США и другими странами «Группы пяти» с целью решения проблемы дефицита торгового баланса США с Германией и Японией. Была проведена контролируемая девальвация доллара, в результате которой курс иены относительно этой валюты резко повысился.

ресурсными ограничениями. В этот период зарубежные инвестиции японских компаний были в первую очередь мотивированы поиском источников сырья. К 1970 г. были осуществлены инвестиции в крупные проекты по разработке месторождений на Ближнем Востоке (Кувейт, Саудовская Аравия), в Австралии, Канаде, Бразилии, Индонезии⁴³. Нефтяные кризисы 70-х гг., сопровождавшиеся резким ростом цен на нефть, еще больше усилили потребность японских предприятий в обеспечении надежных поставок природных ресурсов и способствовали повышению их активности в ресурсодобывающих отраслях за рубежом.

Однако в целом до начала 70-х гг. объемы прямых зарубежных инвестиций японских компаний были незначительны, что во многом было связано с ограниченностью финансовых средств для инвестирования. Только во второй половине 60-х гг. Япония начала сводить свой платежный баланс с положительным сальдо и компании получили возможность расширить масштабы экспорта капитала. Более того, к началу 70-х гг. в Японии был накоплен достаточный объем валютных резервов и японское правительство, опасаясь повышения курса иены, стало принимать меры для поддержания курса национальной валюты, в том числе стимулировать прямые зарубежные инвестиции. В 1972 г. была завершена либерализация международных расчетов и операций с капиталом⁴⁴.

К началу 1980-х гг. помимо роста издержек производства в энергоемких отраслях японской промышленности в результате нефтяных кризисов произошло заметное увеличение заработной платы в трудоемких производствах в связи с исчерпанием резервов рабочей силы. Рост издержек производства, приведший к снижению конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках, подтолкнул японские компании к перемещению за рубеж трудоемких и энергоемких производств.

⁴³ Farrell R. Japanese Investment in the World Economy. A Study of Strategic Themes in the Internationalization of Japanese Industry. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008. P. 140-141.

⁴⁴ Keck J. Japan's Direct Investment in South East Asia // Intereconomics, №9, 1976. P. 256.

Помимо этого, еще в 70-е гг. большинство японских компаний самых разных отраслей столкнулись со стагнацией внутреннего спроса на свою основную продукцию вследствие насыщения внутреннего рынка. Это поставило их перед необходимостью диверсификации производства и разработки принципиально новых товаров. На смену товарам, достигшим зрелости жизненного цикла, пришли новые производства, старые же производства стали переноситься за рубеж.

После энергетических кризисов 70-х годов, которые наглядно продемонстрировали наличие структурных дисбалансов в экономике Японии, был взят курс на ее структурную перестройку. Еще в начале 70-х гг. Министерство внешней торговли и промышленности (МВТП) в качестве основных ориентиров дальнейшего экономического развития страны выдвинуло применение передовых технологий, увеличение затрат квалифицированного труда и расходов на НИОКР, снижение доли трудоемких и материалоемких производств, развитие интеллектуалоемких отраслей. Одной из важных составляющих новой стратегии стала защита окружающей среды и свертывание неэкологичных производств⁴⁵. Во второй половине 1970-х – 1980-е гг. были приняты радикальные меры по перестройке промышленной структуры Японии, которые включали, в том числе, и масштабное скрапирование (демонтаж и последующую переплавку) оборудования в энерго- и материалоемких секторах. Одновременно происходило ускоренное развитие отраслей с высокой степенью наукоемкости и высокой долей добавленной стоимости.

Перестройка отраслевой структуры промышленности сопровождалась углублением процессов «сервисизации» и «информатизации» хозяйственного комплекса страны. В середине 1970-х гг. экономика Японии вступила в стадию, на которой преимущественное развитие получают не столько отрасли, производящие материальные блага, сколько сектора, связанные с

⁴⁵ Лебедева И.П. Япония: промышленность и предпринимательство. М.: «Восточная литература» РАН, 2007. С. 19.

производством знаний и услуг. В японской литературе 80-х гг. это явление получило название «софтизации» экономики. Можно сказать, что нефтяные кризисы 70-х гг. ускорили процесс перехода экономики Японии к постиндустриальному этапу развития, и одним из проявлений этого процесса стало перемещение за рубеж нижних «этажей» промышленности, ставших нерентабельными в Японии⁴⁶.

Таким образом, переход Китая к политике «открытости» в конце 1970-х гг. совпал с тем периодом в экономике Японии, когда происходила ее структурная перестройка и доля трудоемких и материалоемких отраслей в ВВП страны стремительно сокращалась. Так, с 1970 по 1990 г. удельный вес первичного и вторичного секторов в структуре японского хозяйства уменьшился с 52,8% до 41,5%, в то время как роль торговли, финансов, страхования и других отраслей сферы услуг возросла соответственно с 47,2% до 58,5%⁴⁷.

Китай в то время представлял интерес для японских компаний прежде всего с точки зрения изобилия относительно дешевых трудовых ресурсов и близости к источникам сырья, а также как база для перемещения туда неэкологичных, «грязных» производств. Кроме того, их безусловно привлекала возможность использования появлявшихся в китайских СЭЗ преференциальных условий для иностранных инвесторов.

Отметим, что мотивы инвестирования японских компаний в Китае с самого начала отличались от их мотивов инвестирования в Европе и США, где ПИИ были по большей части средством преодоления торговых барьеров (во всяком случае, на начальном этапе). Так, японские экспортеры электроники столкнулись с торговыми ограничениями со стороны США еще в 70-е гг. Результатом этого стало открытие в этой стране заводов компаний «Sony», «Matsushita», «Sanyo», «Sharp». В 80-е гг. та же участь постигла

⁴⁶ Подробно см. там же, гл. 1: §2, §3.

⁴⁷ По данным Бюро статистики Японии. URL: <http://www.stat.go.jp/data/chouki/03.htm> (дата обращения: 20.12.2012).

японские автомобильные компании, которые столкнулись с торговыми барьерами не только в США, но и в странах Европы. В целом, в 70-80-е гг. прослеживается достаточно сильная взаимосвязь между установлением США и рядом европейских стран торговых барьеров и нарастанием притока в них японских прямых инвестиций⁴⁸.

Иными словами, если инвестиции японских предприятий в страны Азии были с самого начала ориентированы на формирование системы разделения труда (что подразумевает преобладание таких мотивов инвестирования, как снижение издержек производства за счет использования дешевой рабочей силы, формирование производственных цепочек и создание в регионе производственной базы), то в случаях США и Европы первоначальные мотивы инвестирования можно охарактеризовать как «пассивные» (когда осуществляются вынужденные инвестиции, связанные с появлением торговых барьеров)⁴⁹.

После подписания в 1985 г. соглашения «Плаза» экспорт японского предпринимательского капитала получил новый импульс. Проведенная странами «Группы пяти» контролируемая девальвация доллара привела к тому, что обменный курс иены относительно этой валюты вырос почти в два раза уже в первые два года после подписания соглашения. В результате относительные издержки производства в Японии резко возросли, а соответственно повысилась и себестоимость японского экспорта. Чтобы сохранить ценовую конкурентоспособность и свою долю на мировых рынках японские компании не только предприняли колоссальные усилия по снижению издержек, но и стали быстро наращивать объемы зарубежных инвестиций.

⁴⁸ Нихон кигё-но кайгай тоси-но юин (Мотивы инвестирования японских предприятий за рубежом). Окурасё дзайсэй кинью кэнкюдзё «Файнансяру рэбю» (Финансовый обзор Центра по изучению финансов и денежного обращения Министерства финансов Японии). Декабрь, 1990. URL: http://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list/r18/r_18_111_120.pdf (дата обращения 18.12.2012). С. 4-5.

⁴⁹ Там же.

Поскольку Восточная Азия изначально рассматривалась японскими компаниями в качестве производственной базы, рост их прямых инвестиций в странах этого региона оказался особенно заметным. Так, общий объем экспорта японского предпринимательского капитала в страны Восточной Азии за 1986-1990 гг. – пять лет после подписания соглашения «Плаза» – в три раза превысил суммарный объем вложенного в этих странах японского капитала за предшествовавшее пятилетие (1981-1985). При этом особенно стремительным был рост инвестиций в Китае: объем средств, инвестированных в эту страну за 1986-1990 гг., почти в 10 раз превысил соответствующий показатель за 1981-1985 гг. (см. табл. 4).

По мнению как отечественных, так и зарубежных исследователей, еще в 80-е гг. в Восточной Азии наблюдались тенденции, свидетельствующие об углублении разделения труда и начале формирования в регионе единой и самодостаточной производственной системы. Активное участие в этом процессе принимала Япония. В связи с этим можно отметить две характерные тенденции. Во-первых, в странах Восточной Азии активизировались инвестиции японских малых и средних предприятий, следовавших за головными компаниями, чтобы обеспечить формирование стабильной системы поставок деталей и материалов⁵⁰. Во-вторых, если посмотреть на структуру японских инвестиций в Восточной Азии, то становится заметным все большее их смещение в сторону торговли, финансов, страхования и в целом сферы услуг (хотя в Китае отрасли сферы услуг были пока недоступны для масштабного инвестирования). Это свидетельствует о стремлении японских компаний создать в регионе необходимую для предпринимательской деятельности инфраструктуру, уровень развития которой в Восточной Азии в то время был еще недостаточно высоким.

⁵⁰ Nishikawa J. The Up-Grading of the Japanese Industrial Structure and Overseas Investment. Waseda University, 1989. URL: <http://dspace.wul.waseda.ac.jp/dspace/bitstream/2065/6118/1/KJ0000001026.pdf> (дата обращения 18.12.2012). P. 43.

Одним из мотивов расширения присутствия японских компаний в регионе в этот период становится следование за конкурентами. Так, например, за 1987-1990 гг. в Таиланде было зарегистрировано девять случаев инвестирования японскими производителями электроники, причем за компаниями «Hitachi», «Mitsubishi Electric» и «Sharp» последовали «Sony» и «Matsushita». Впоследствии эта мотивация проявилась и в Китае. К примеру, когда в 1991-1998 гг. в КНР сначала осуществила инвестиции компания «Toshiba», за ней последовали и другие предприятия той же отрасли – «Hitachi», «Matsushita», «Sanyo», «Sharp», «Sony» и «Mitsubishi»⁵¹.

Таким образом, очевидно, что начиная с 1980-х гг. присутствие японских компаний в Восточной Азии становится все более масштабным, а их деятельность – более разнообразной.

Как отмечает А. Баландин, в Восточной Азии наблюдается «технологическое расслоение производства между странами в зависимости от достигнутого уровня развития». В 80-е гг. разделение труда в регионе можно было представить как пирамиду, на вершине которой находится Япония, а на более низких «этажах» – НИЭ Восточной Азии и постепенно догоняющие их по уровню развития страны АСЕАН⁵². По мере продвижения политики «реформ и открытости» к этой пирамиде также начинает присоединяться Китай, поначалу занявший ее нижний «этаж». В этих условиях активизацию предпринимательской деятельности японских компаний в Китае можно представить как необходимую составляющую их стратегии расширения своего присутствия и закрепления в регионе.

В 80-е гг. зарубежное производство японских компаний начинает все больше дополнять внутреннее, а Восточная Азия становится их важной производственной и экспортной базой, продукция которой поставляется как в

⁵¹ Kosaka H. Japanese Managerial Behavior in Strategic Planning. Case Analyses in Global Business Contexts. Journal of Business Research, №57, 2004. Отметим, что такое поведение объясняется не только экономическими мотивами, но и коллективным характером поведения японских компаний, связанным с особенностями национальной культуры.

⁵² Баландин А. Япония: некоторые аспекты интернационализации экономики. М: «Академкнига» РАН, 2002. С. 141-144.

третьи страны, так и в саму Японию. При этом из Восточной Азии в Японию поступает не только широкий ассортимент потребительских товаров, но и детали и компоненты для сборочных производств японской промышленности.

Как отмечают специалисты Министерства финансов Японии, в этот период расширение деятельности в Восточной Азии становится для японских компаний важной составляющей их стратегии глобализации, включающей в себя «хеджирование валютных рисков путем диверсификации производственных баз, локализацию производства с целью предотвращения торговых противоречий и соблюдения требований относительно доли местного контента, максимизацию глобального объема продаж, оптимизацию производственных цепочек путем использования конкурентных преимуществ стран и регионов мира и создание таким образом гибкой и жизнеспособной глобальной производственной системы»⁵³.

В 1990-2000-е гг. роль Восточной Азии во внешнеэкономической стратегии японских компаний продолжает возрастать, кооперация и интеграция в регионе продолжают углубляться. Более того, в этот период в экономике Японии происходят процессы, в результате которых внешнее производство начинает не столько дополнять, сколько все больше замещать внутреннее.

После краха экономики «мыльного пузыря» в начале 1991 г. в Японии начался беспрецедентный в послевоенной истории страны промышленный спад. В наиболее тяжелом положении оказались отрасли обрабатывающей промышленности: текстильная, металлургическая, химическая, машиностроительная, электротехническая. В целом за 90-е гг. снижение объема промышленного производства в Японии составило около 9%. Доля обрабатывающей промышленности в ВВП заметно снизилась, причем если в

⁵³ Нихон кигё-но кайгай тоси-но юин (Мотивы инвестирования японских предприятий за рубежом). Окурасё дзайсэй кинью кэнкюдзё «Файнансяру рэбю» (Финансовый обзор Центра по изучению финансов и денежного обращения Министерства финансов Японии). Декабрь, 1990. URL: http://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list/r18/r_18_111_120.pdf (дата обращения 18.12.2012). С. 6.

70-80-е гг. происходило лишь относительное снижение доли промышленности в ВВП, то в 90-е гг. сократились и сами масштабы промышленного производства, то есть началась деиндустриализация⁵⁴.

Экономический спад 90-х гг. привел к сжатию внутреннего спроса и падению продаж японских предприятий на внутреннем рынке. Это заставило их искать новые возможности сбыта за рубежом. В то же время в условиях ревальвации иены расширение экспорта не могло существенно улучшить финансовое положение японских компаний, поэтому депрессия 90-х гг. сопровождалась закрытием заводов и массовым переводом производств за рубеж. Это явление приобрело такие масштабы, что получило название «кудока» (в переводе с японского – «вымывание», «опустошение»). В широком смысле под «кудока» понимается замещение внутреннего производства зарубежным производством или импортом, в результате чего промышленная база страны сокращается и повышается доля непромышленного сектора⁵⁵.

Экономический спад заметно сказался и на непромышленном секторе, в том числе на финансовом. Японские банки сильно пострадали от сжатия кредита. В последовавшие за крахом экономики «мыльного пузыря» десятилетия условия деятельности банков в Японии продолжали ухудшаться из-за снижения ставки процента в рамках антидефляционной политики.

Ухудшение ситуации в экономике Японии заставило японские компании прилагать еще большие усилия для повышения эффективности производства (в первую очередь за счет снижения издержек) и поиска новых рынков сбыта. Неудивительно, что именно в 90-е гг. в географической структуре японских прямых инвестиций, более половины которых ранее

⁵⁴ Лебедева И.П. Япония: промышленность и предпринимательство. М.: «Восточная литература» РАН, 2007. С. 61-62.

⁵⁵ Сэйдзогё-но кайгай тэнкай ни цуитэ: Нихон-но сэйдзогё ва «кудока» ситэйру но ка (О расширении присутствия японского промышленного сектора за рубежом: происходит ли «кудока» с японской промышленностью). Исследовательский институт Мидзухо, март, 2011. URL: <http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/report/report11-0329.pdf> (дата обращения: 22.01.2013). С. 1.

направлялось в Северную Америку, произошел заметный сдвиг в сторону стран Азии (см. табл. 4).

Следует особо отметить, что данное перераспределение было связано в первую очередь с ростом инвестиций в экономику Китая, завоевывавшего все большую популярность в качестве объекта для иностранных инвестиций. Начиная с 90-х гг. прямые инвестиции японских компаний в КНР растут быстрее, чем их инвестиции в НИЭ и АСЕАН. Если в 1990 г. доля Китая в японских капиталовложениях в регион составляла около 5%, то к 1995 г. она увеличилась до 38%, а к 2005 г. – до 42%. С 2003 г. объем инвестиций японских компаний в Китае ежегодно превышает их капиталовложения как в НИЭ, так и в странах АСЕАН (см. табл. 4).

Поскольку наибольшая активность японских компаний в Китае наблюдается в последние двадцать лет, рассмотрим мотивы расширения их зарубежной предпринимательской деятельности в этот период более подробно.

Согласно данным опроса, проведенного МВТП в 1994 г., около половины японских компаний (а по группе крупных предприятий – более 70%) считали Китай перспективным и привлекательным направлением инвестирования⁵⁶. Основными факторами, которые японские компании учитывали тогда при выборе направления капиталовложений за рубежом, были (в порядке убывания значимости): разница в уровнях заработной платы между Японией и целевой страной, перспективы роста местного рынка, экономия на других издержках (помимо заработной платы), качество местной рабочей силы, уровень развития технологий в стране-объекте инвестирования, отсутствие валютных рисков, политика по привлечению ПИИ в стране (первые два фактора были важны для 50-60% опрошенных предприятий, а остальные – для 10-30%)⁵⁷. Очевидно, что по многим из

⁵⁶ См. Тюсё кигё хакусё (Белая книга по малым и средним предприятиям), 1995 г., часть 4, гл. 4, разд. 1. URL: http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/kako_hakusho.html (дата обращения 05.01.2013).

⁵⁷ Там же: часть 4, гл. 4, разд. 2.

вышеупомянутых критериев Китай был в 90-е гг. чрезвычайно выгодным направлением капиталовложений.

Как отмечалось выше, на первых порах экономика КНР представляла для японских компаний интерес в первую очередь как производственная база, однако с начала 2000-х годов все большее значение приобретает мотив расширения сбыта на обширном китайском рынке. По данным, приводимым в табл. 5, можно видеть, что после 2001 г. доля продукции, продаваемой японскими филиалами в Китае, имеет ярко выраженную тенденции к повышению.

Одновременно снижается доля продукции, идущей на экспорт в Японию и третьи страны, но при этом доля экспорта в Японию падает незначительно. Это говорит о том, что китайская производственная база по-прежнему играет важную роль в обеспечении потребностей японского внутреннего рынка.

Таблица 5.

Направления сбыта продукции филиалов японских компаний в Китае (%)

Год	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011
Сбыт на китайском рынке	34,5	37,4	34,6	43,9	45,5	54,2	62,2	62,7
Экспорт в Японию	28,4	27,5	34,7	29,2	29,6	25,6	22,8	23,2
Экспорт в третьи страны	37,0	35,1	30,7	26,8	24,9	20,2	15,0	14,1

По данным Кайгай гэнти ходзин сиханки тёса (Поквартальные обследования зарубежных филиалов японских компаний) МЭТП (Министерства экономики, торговли и промышленности, бывш. МВТП) Японии за разные годы. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/genntihou/result-1.html> (дата обращения: 12.01.2013).

В целом, использование Китая как производственной базы остается одним из важнейших мотивов японских компаний при расширении их деятельности в этой стране. Обеспечивая существенную часть японского зарубежного промышленного производства, КНР до сих пор является важнейшим звеном японской глобальной производственной системы. По данным табл. 6 можно видеть, что к 2011 г. доля Азии в зарубежном

производстве японских предприятий возросла до 51,4%, при этом значение региона как производственной базы повысилось в первую очередь за счет Китая: если в 2001 г. в КНР было сосредоточено всего 7,2% японского зарубежного производства, то к 2011 г. эта доля повысилась до 23,1%. Новые индустриальные экономики уступили свои позиции Китаю уже давно, а начиная с 2008 г. китайские филиалы японских компаний стали производить промышленной продукции больше, чем филиалы всех стран АСЕАН4 вместе взятых.

Таблица 6.

Доля продукции, произведенной филиалами в Китае, АСЕАН4 и НИЭ, в общем объеме зарубежного производства японских компаний (%)

Год	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Азия	27,6	29,8	33,6	35,2	36,1	37,4	40,2	44,2	48,5	51,1	51,4
АСЕАН4	12,9	14,1	14,9	15,4	15,5	15,6	16,4	17,9	18,8	20,3	19,0
НИЭ	6,9	6,7	6,6	6,4	5,9	5,6	5,5	5,0	5,6	5,7	5,7
Китай (вкл. Гонконг)	7,2	7,8	10,5	11,7	12,8	14,2	15,9	18,8	20,8	21,6	23,1
Доля зарубежного производства в общем объеме производства японских предприятий, включая Японию	14,3	14,6	15,6	16,2	16,7	18,1	19,1	17,0	17,2	18,1	-

Рассчитано по данным Кайгай гэнти ходзин сиханки тэса (Поквартальные обследования зарубежных филиалов японских компаний) и Кайгай дзигё кацудо кихон тэса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий,) МЭТП Японии за разные годы.

URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html> (дата обращения: 12.01.2013).

Страны АСЕАН4 включают Малайзию, Таиланд, Индонезию и Филиппины; НИЭ включают Сингапур, Тайвань и Республику Корея.

Помимо деиндустриализации экономики Японии, повышения издержек производства и сжатия внутреннего спроса, процесс перемещения производственных баз японских компаний за рубеж – в страны с более благоприятными условиями для производственной деятельности – в последние годы ускоряет удорожание иены («эндака»). Согласно результатам опроса японских предприятий исследовательским институтом «Мидзухо», самыми распространенными способами их борьбы с проблемой «эндака» являются увеличение загрузки уже существующих зарубежных

производственных мощностей и открытие новых филиалов за рубежом⁵⁸. По данным опубликованного в 2012 г. опроса «Джетро»⁵⁹, расширить свою зарубежную деятельность с целью элиминировать воздействие «эндака» планируют 21,3% крупных предприятий и более 10% средних. При этом 12,4% опрошенных крупных предприятий, которые пока еще не имеют зарубежных филиалов, планируют открыть их именно для решения проблемы «эндака». С точки зрения целей нашего исследования интересно отметить, что около 2% предприятий в последнее время изменили направление расширения своей зарубежной деятельности с менее выгодного с точки зрения движения валютных курсов направления (например, США) на более выгодное (в том числе Китай).

Еще одной важной тенденцией последних лет является беспрецедентное расширение зарубежной деятельности японских компаний непромышленного сектора. Если после подписания соглашения «Плаза» и удорожания иены в 1980-е гг. был дан импульс активизации зарубежных инвестиций японских промышленных предприятий, то в настоящее время все более активной становится зарубежная деятельность компаний сферы услуг. В связи с этим явлением организацией «Джетро» в 2011 г. был впервые подготовлен отчет, посвященный специально зарубежной деятельности японских компаний непромышленного сектора⁶⁰.

Как и в случае с промышленностью, одна из причин активного выхода японских компаний сферы услуг на внешние рынки заключается в насыщении внутреннего спроса в Японии, усугубляемом экономической

⁵⁸ Сэйдзогё-но кайгай тэнкай ни-цуитэ: Нихон-но сэйдзогё ва «кудока» ситэиру но ка (О расширении присутствия японского промышленного сектора за рубежом: происходит ли «кудока» с японской промышленностью). Исследовательский институт Мидзухо, март, 2011. URL: <http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/report/report11-0329.pdf> (дата обращения: 22.01.2013). С. 4.

⁵⁹ Хэйсэй 23-нэндо нихон кигё-но кайгай дзигё тэнкай ни кан-суру анкэто тэса гайё (Анкетное обследование расширения зарубежной деятельности японских предприятий за 2011 г.), «Джетро», март 2012 г. URL: <http://www.jetro.go.jp/world/japan/reports/07000854> (дата обращения: 21.01.2013).

⁶⁰ Хэйсэй 22-нэндо дай 1-кай сабису сангё-но кайгай тэнкай дзиттай тэса (Первое обследование расширения зарубежной деятельности предприятий сферы услуг за 2010 г.), «Джетро», март 2011 г. URL: www.jetro.go.jp/iframe/report/07000599/service_tenkai.pdf (дата обращения: 21.01.2013).

депрессией и старением населения. Основными причинами / мотивами, которые побуждают японские непроизводственные предприятия к выходу за рубеж, являются желание освоить новый рынок (60,6% предприятий по данным вышеупомянутого опроса «Джетро»), следование за компанией-партнером (38,5%), сокращение внутреннего спроса в Японии (30,5%) и возможность использования более дешевой рабочей силы (18,8%). Помимо этого большую роль играет сервисизация мировой экономики в целом, на волне которой японские предприятия сферы услуг вынуждены выходить на мировой рынок, чтобы сохранить свою долю на нем и поддержать конкурентоспособность.

Результаты опроса «Джетро» также показали, что в настоящее время для большинства японских компаний сервисных отраслей (56,9%) приоритетным направлением расширения предпринимательской деятельности является Китай. То, что следующий по значимости рынок США оказался важен только для 7,7% японских компаний⁶¹, говорит об абсолютном предпочтении ими Китая среди всех других стран и экономик мира.

Это неудивительно, учитывая складывающиеся в КНР благоприятные условия для деятельности иностранных компаний в сфере услуг (которые были подробно рассмотрены в предыдущем разделе). Оценивая преимущества китайской экономики при принятии решений об инвестировании, японские компании отмечают огромные масштабы китайского рынка (на этот фактор указали 59,5% компаний) и его высокие темпы роста (55,9%), а также низкую стоимость рабочей силы (22,3%), наличие поддерживающих отраслей (22%), развитость инфраструктуры (17,1%). При этом, по оценке «Джетро», наибольший потенциал имеет предоставление услуг индивидуальным потребителям (B to C), тогда как до

⁶¹ Там же. С. 17.

настоящего времени деятельность японских компаний была сосредоточена преимущественно в корпоративном секторе (B to B).

Данные опроса «Джетро» позволяют также сделать вывод о том, что Китай играет весомую роль в глобальной стратегии японских компаний по расширению поставок услуг в АТР. Многие компании, выйдя на китайский рынок, используют его как отправную точку для дальнейшего расширения своей деятельности на рынках стран Восточной и Юго-Восточной Азии, а также США⁶².

Что касается прогнозов на будущее, то по всей видимости, продолжится постепенная переориентация мотивов инвестирования японских компаний в Китае от использования страны как экспортно-производственной базы к расширению сбыта на ее внутреннем рынке. При этом мотив расширения продаж в КНР будет играть все большую роль как для японских промышленных компаний, так и для компаний сферы услуг. Таким образом, сохранятся отмеченные выше тенденции последних лет.

Учитывая изменения на китайском рынке труда, все больше японских компаний будут обращать внимание на возможности использования китайской квалифицированной рабочей силы для выполнения интеллектуалоемкой работы. По данным одного из последних опросов «Джетро»⁶³, в 2011 г. возросло значение Китая как базы для японских исследований и разработок.

Однако несмотря на рост издержек производства (связанный отчасти именно с повышением квалификации рабочей силы), сохранение значения Китая как ключевой зарубежной производственной базы Японии на протяжении еще по крайней мере одного, а возможно, и нескольких десятилетий не вызывает сомнений. Условия производства в этой стране

⁶² Там же. С. 60.

⁶³ Хэйсэй 23-нэндо нихон кигё-но кайгай дзигё тэнкай ни кан-суру анкэто тёса гайё (Анкетное обследование расширения зарубежной деятельности японских предприятий за 2011 г.), «Джетро», март 2012 г. URL: <http://www.jetro.go.jp/world/japan/reports/07000854> (дата обращения: 21.01.2013). С. 10.

пока вполне приемлемы, и даже при их некотором ухудшении перемещение японского капитала из производственных отраслей КНР в другие страны потребует определенного времени. Географическая близость к Японии, изобилие рабочей силы и сформировавшаяся производственная инфраструктура остаются неоспоримыми преимуществами КНР в глазах японских компаний.

Экономика Китая подтвердила свое ключевое значение для японского бизнеса как во время мирового финансово-экономического кризиса, начавшегося в 2008 г., так и после Великого восточно-японского землетрясения 11 марта 2011 г. В период кризиса спасительным для японских компаний оказался китайский внутренний рынок. Переориентировавшийся тогда на развитие внутреннего спроса Китай проявил себя как весьма перспективное направление для реорганизации внешнеэкономической деятельности компаний, столкнувшихся с недостатком ликвидности, удорожанием иены и снижением глобального спроса. Рост продаж на азиатских рынках, прежде всего китайском, позволил японским предприятиям компенсировать убытки в развитых странах, где возможности сбыта были фактически исчерпаны ⁶⁴. Разрушительное землетрясение у восточного побережья Японии продемонстрировало уязвимость японской промышленности по отношению к природным стихиям и жизненную необходимость во внешних точках опоры, роль одной (и пока важнейшей) из которых вполне успешно выполняет Китай.

Таким образом, даже при другом наборе мотивов расширение предпринимательской деятельности японских компаний в Китае продолжится и дальше. Ведь на современном этапе экономика КНР предоставляет возможности для преодоления многих проблем и ограничений, с которыми они сталкиваются как внутри Японии, так и за ее пределами.

⁶⁴ Тимонина И.Л. Японские корпорации в условиях мирового финансово-экономического кризиса. – В кн.: Мировой кризис и Япония. «АИРО-XXI», М., 2009. С. 79-83.

§ 3. Влияние политических факторов на состояние японо-китайских экономических связей

Взаимосвязь экономики и политики в японо-китайских отношениях (как и в международных экономических отношениях в целом) является общепризнанным фактом и отмечена в ряде исследований российских и зарубежных востоковедов в контексте рассмотрения более широких вопросов⁶⁵, однако работ, специально посвященных этой проблеме, в России до сих пор практически нет.

По мнению профессора китайского университета Цинхуа Лю Цзяньюна, в новейшей истории японо-китайских отношений чередовались различные периоды: от подогреваемого восстановлением дипломатических отношений и активными политическими контактами бума экономических, в первую очередь торговых связей (*чжэнжэ-цзинжэ*) сразу после нормализации отношений между странами в 1972 г. до периодов полного охлаждения как экономических, так и политических связей (*чжэнлэн-цзинлэн*⁶⁶) в 1980-е гг. При этом, как отмечает профессор, в периоды сближения стран движущей силой были скорее экономические факторы, чем политические, т.е. объективные выгоды экономического сближения подталкивали страны к взаимным уступкам в политической сфере. В то же время Лю Цзяньюн подчеркивает, что экономические отношения Японии и Китая никогда не были полностью независимы от политической составляющей⁶⁷.

⁶⁵ См., например, работы В.О. Кистанова, И.П. Лебедевой, А.В. Семина, Д.В. Стрельцова, Р. Тэйлора, Лю Цзяньюна, Каваниси Сигэтада и др.

⁶⁶ *Чжэн* – политика (от *чжэнчжи*); *цзин* – экономика (от *цзинци*); *лэн* – холодный; *жэ* – горячий (кит. яз.).

⁶⁷ Лю Цзяньюн. Чжунго юй Жибэнь. Бяньхуачжун-дэ «чжэнлэн-цзиньжэ» гуаньси (Китай и Япония. Меняющиеся отношения «политической холодности – экономического бума»). Пекин: «Жэньминь чубаньшэ.», 2007. С. 60.

Лю Цзяньюн проанализировал развитие японо-китайских отношений с точки зрения взаимодействия и взаимного влияния экономических и политических факторов и предложил модель для измерения и сопоставления «температуры» (состояния) экономических и политических отношений двух стран. В этой модели, которая подробнее будет рассмотрена ниже, «температура» политических отношений измеряется по количеству взаимных официальных визитов высших должностных лиц различных уровней, а экономических – по изменению параметров, отражающих активность взаимной торговли и прямых инвестиций⁶⁸.

В развитие теории Лю Цзяньюна отметим, что под политической составляющей в японо-китайских экономических отношениях можно понимать политические факторы как в широком, так и в узком смысле слова.

В широком смысле – это внешняя и внутренняя политика японского и китайского руководства. В зависимости от текущих потребностей государства правительства Японии и Китая меняли свои внешне- и внутривнутриполитические ориентиры на протяжении всего послевоенного периода, и это определенным образом сказывалось на состоянии японо-китайских экономических отношений. Так, например, огромную роль в становлении и дальнейшем развитии японо-китайских экономических связей сыграла политика КНР по привлечению прямых иностранных инвестиций, о которой подробно говорилось выше. Большую роль играют также внутривнутриполитические процессы в КНР, которые формируют инвестиционный климат в стране.

Что касается японской стороны, то важные экономические функции на начальном этапе нормализации японо-китайских отношений выполняла Официальная помощь развитию (ОПР). Она начала оказываться японским правительством Китаю с конца 1970-х гг., и во многом благодаря этой помощи были созданы благоприятные условия для расширения деятельности

⁶⁸ Там же. С. 48-86.

японских корпораций в КНР⁶⁹. В целом, как на начальных этапах восстановления японо-китайских экономических отношений после Второй мировой войны, так и в последующие периоды поддерживающая роль японского государства была достаточно велика. Как справедливо отмечает Е.Б. Ковригин, без решающего участия японского правительства Китай не стал бы ведущим партнером Японии по линии инвестиций и внешней торговли⁷⁰.

В узком же смысле политические факторы – это специфические проблемы политического характера, которые существуют в японо-китайских отношениях и сказываются на их экономических связях. Среди наиболее острых проблем можно отметить отзвуки японской агрессии 1930-40-х гг. и предшествовавшей ей унижительной для Китая экспансии, которые время от времени служат поводом для усиления взаимной неприязни сторон и даже приводят к масштабным протестам в Китае. В связи с воспоминаниями об этом особенно болезненно воспринимаются в КНР посещения японскими высшими должностными лицами святилища Ясукуни и искаженное, по мнению Пекина, отражение масштабов вышеупомянутой агрессии в японских учебниках истории⁷¹. К проблемам такого же рода относятся территориальные вопросы – конфликт вокруг спорных островов Сэнкаку / Дяоюйдао в акватории Восточно-Китайского моря и тайваньский вопрос.

Значительную роль в развитии японо-китайских экономических отношений играет также американский фактор и расстановка сил в Азиатско-тихоокеанском регионе⁷². Широкий анализ геополитической ситуации выходит за рамки данной работы. Отметим лишь, что действие политических

⁶⁹ Подробнее о японской программе ОПР в Китае см. работы Е.Б. Ковригина и А.В. Семина.

⁷⁰ Ковригин Е.Б. Япония – Китай: официальная помощь развитию как инструмент экономического взаимодействия // *Пространственная экономика*, 2012, №3. С. 13-16.
URL: http://spatial-economics.com/images/spatial-economics/3_2012/kovrigin.pdf (дата обращения: 08.05.2012).

⁷¹ Подробнее о роли исторической памяти в японо-китайских отношениях см.: Молодяков В.Э. Япония в меняющемся мире. «Идеология. История. Имидж». М., 2011.

⁷² Региональный аспект японо-китайских отношений, политическое противостояние между странами и роль в нем других игроков современной мировой политики подробно рассмотрены в монографии А.В. Семина *Японо-китайские отношения: состояние, проблемы, тенденции (конец XX – начало XXI вв.)* [М., 2008].

факторов усугубляется противостоянием Японии и Китая и возрастающей конкуренцией между ними. При возникновении каких-либо конфликтов все большее значение приобретает вопрос престижа и желание доказать партнеру свое превосходство.

Влияние политических факторов на экономические связи Японии и Китая проявляется по-разному. В наиболее радикальных случаях обострение противоречий может отражаться на внешнеэкономической политике правительств и приводить к применению странами экономических санкций по отношению друг к другу. Последствия политической напряженности часто проявляются и на микроуровне в виде реакции предприятий или потребителей на те или иные события, что также сказывается на макроэкономических показателях. Хотя количественный вклад политических факторов в изменение этих показателей оценить довольно сложно, можно заметить взаимосвязь между определенными событиями и динамикой японо-китайской торговли, инвестиций и других характеристик экономических связей.

Ведущая роль экономических факторов в развитии японо-китайских отношений и их порой решающее значение для политического сближения двух стран подтверждается послевоенной историей. Показательно, что даже в условиях отсутствия дипломатических связей страны всегда стремились установить стабильные торговые контакты друг с другом: как отмечалось выше, еще в 1950-е годы Япония и Китай подписали несколько неправительственных соглашений о торговле.

Безусловно, попытки наладить торговые связи наталкивались на политические препятствия и не всегда оказывались успешными. Возникшая в 1950-е гг. в результате протайваньской позиции японского правительства и непризнания Китайской народной республики напряженность между странами мешала расширению их двусторонней торговли. Так, действие Четвертого неправительственного соглашения о торговле было

приостановлено, и экономические отношения между странами были практически разорваны после инцидента с китайскими флагами в Нагасаки в 1958 г.⁷³ Однако прекращение торговых связей было невыгодно ни для одной из сторон, и после проведения переговоров и выдвижения в августе того же года правительством КНР требования, чтобы Япония соблюдала три принципа внешней политики (прекратить политику враждебности по отношению к Китаю, не участвовать в заговоре по созданию «двух Китаев», не препятствовать нормализации китайско-японских отношений) торговые связи между странами начали восстанавливаться⁷⁴.

Политические противоречия и отсутствие дипломатических отношений (которое означало фактически отсутствие государственных гарантий при заключении любых внешнеэкономических сделок) были, тем не менее, серьезным ограничивающим фактором на пути расширения японо-китайского экономического сотрудничества. Особенно заметный урон взаимной торговле был нанесен приостановлением Четвертого торгового соглашения в 1958 г. Эта мера привела к падению товарооборота почти на 80%⁷⁵. После подписания меморандума Ляо-Такасаки⁷⁶ в 1963 г. ситуация улучшилась, однако очевидно, что несмотря на попытки преодолеть политические разногласия, экономическое сотрудничество стран в первые послевоенные десятилетия было не столь активным. Об этом свидетельствует

⁷³ Инцидент состоял в том, что 2 мая 1958 г. два протайваньски настроенных активиста сорвали флаги Китайской народной республики на выставке в Нагасаки, посвященной традиционным искусствам Китая. Активисты были арестованы японской полицией, но вскоре выпущены на свободу, что было воспринято правительством КНР как оскорбление национального достоинства.

⁷⁴ Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006. Т. 3. С. 172, 217.

⁷⁵ По данным статистики японской таможни. URL: <http://www.customs.go.jp/> (дата обращения: 01.06.2012).

⁷⁶ Меморандум был результатом переговоров японских и китайских предпринимателей, специалистов по экономике и политических деятелей, которые активно проводились с конца 1950-х гг. в форме периодических взаимных визитов делегаций. Их целью был поиск способов расширения торговых связей и углубления экономического сотрудничества стран в условиях отсутствия дипломатических отношений и сохранявшейся политической напряженности. Предполагалось, что улучшение экономических отношений между Японией и Китаем будет способствовать и их политическому сближению. Так называемая «торговля по меморандумам» (*MT боэки*) осуществлялась вплоть до восстановления в 1972 г. японо-китайских дипломатических отношений. По своей сути она имела полугосударственный характер, так как фактически осуществлялась при поддержке японского и китайского правительств.

тот факт, что вплоть до нормализации отношений между странами в 1972 г. их товарооборот так и не достиг 1 млрд. долл.⁷⁷

В 1970-е гг. благодаря восстановлению дипломатических связей между странами в японо-китайских экономических отношениях (в первую очередь в торговле) произошел заметный прорыв, а в 80-90-е гг., как было показано выше, началось стремительное расширение предпринимательской деятельности японских компаний в Китае. Благодаря настрою руководства обеих стран на укрепление и расширение экономических связей общая динамика как торговых, так и инвестиционных показателей японо-китайского экономического сотрудничества на протяжении практически всего периода, последовавшего за нормализацией отношений, была положительной.

Однако рост торговли и инвестиций происходил неравномерно, и в отдельные годы, как представляется, подвергался заметному влиянию политических факторов. Для изучения проблемы взаимовлияния экономики и политики в японо-китайских отношениях обратимся к модели Лю Цзяньюна, о которой говорилось выше.

Состояние («температура») *политических* отношений двух стран измеряется количеством взаимных официальных визитов высших должностных лиц трех уровней: премьер-министров и выше, заместителей премьер-министров и выше, глав министерств и выше (соответствующие критерии для каждого из состояний см. в табл. 7). С учетом различий в государственном устройстве в случае Японии «уровень премьер-министра и выше» подразумевает императора, премьер-министра или главу одной из палат парламента; в случае КНР «уровень премьер-министра и выше» соответствует должностям генерального секретаря ЦК КПК, председателя КНР, премьера Госсовета КНР, председателя постоянного комитета

⁷⁷ По данным статистики японской таможи. URL: <http://www.customs.go.jp/> (дата обращения: 01.06.2012).

Всекитайского собрания народных представителей (ВСНП) или председателя Народного политического консультативного совета Китая (НПКСК)⁷⁸.

Таблица 7.

Градации состояния политических отношений Японии и Китая

Состояние отношений	Число взаимных визитов высших должностных лиц на уровне премьер-министров и выше	Число взаимных визитов высших должностных лиц на уровне заместителей премьер-министров и выше	Число взаимных визитов высших должностных лиц на уровне глав министерств и выше
Холодные отношения	0-1 визит	0-2 визита	0-5 визитов
Прохладные отношения	1-2 визита	2-3 визита	3-5 визитов
Теплые отношения	2-4 визита	3-5 визитов	5-8 визитов
Бум политических связей	более 4 визитов	более 5 визитов	более 8 визитов

Источник: Лю Цзяньюн. Чжунго юй Жибэнь. Бяньхуачжун-дэ «чжэнлэн-цзиньжэ» гуаньси (Китай и Япония. Меняющиеся отношения «политической холодности – экономического бума»). Пекин: «Жэньминь чубаньшэ.», 2007. С. 63. Все показатели рассчитываются за год.

При определении состояния политических отношений производится оценка ситуации с визитами по всем трем уровням. При этом наиболее весомое значение имеют визиты уровня премьер-министров и выше. Так, например, если за рассматриваемый год состоялось пять взаимных визитов глав министерств и ни одного визита более высокого уровня, отношения считаются холодными. В то же время, если число взаимных визитов высших должностных лиц на уровне премьер-министров и выше достигло пяти при отсутствии визитов на более низких уровнях, это расценивается как бум политических связей.

Состояние *экономических* связей двух стран определяется по изменению параметров, отражающих активность взаимной торговли и прямых инвестиций (см. табл. 8).

⁷⁸ Должности генерального секретаря ЦК КПК и председателя КНР, как правило, занимает одно и то же лицо.

Таблица 8.

Градация состояния экономических отношений Японии и Китая

Состояние отношений	Прирост двустороннего товарооборота, %	Отношение темпов прироста двустороннего товарооборота к темпам прироста общего товарооборота, %	Темпы прироста согласованных прямых инвестиций японских компаний в Китае, %
Холодные отношения	отрицательный	менее 30%	отрицательный
Прохладные отношения	нулевой или менее 5%	менее 50%	нулевой или менее 10%
Теплые отношения	5-20%	менее 70%	10-30%
Бум экономических связей	более 20%	темпы прироста двустороннего товарооборота и общего внешнего товарооборота Китая равны или двусторонний товарооборот растет быстрее	более 30%

Источник: Лю Цзяньюн. Указ. соч. С. 64. Все показатели рассчитываются за год.

Лю Цзяньюн отмечает, что при разнонаправленности показателей торговли и прямых инвестиций лучше ориентироваться на торговые показатели, поскольку они менее подвержены влиянию краткосрочных колебаний валютных курсов. Значения инвестиций же следует сглаживать по методу скользящей средней с интервалом выравнивания $n=4$, учитывая также количество заключенных контрактов⁷⁹. Оценка состояния экономических отношений между двумя странами производится, таким образом, исходя из общей ситуации, но с акцентом на торговые показатели в спорных или пограничных случаях.

Ориентируясь на вышеуказанные критерии, мы построили сводную таблицу изменения состояния японо-китайских экономических и политических отношений за период 1972-2012 гг. (табл. 9).

При определении состояния политических связей двух стран нами не всегда были использованы критерии Лю Цзяньюна. Представляется, что помимо взаимных визитов высших должностных лиц, важно также учитывать предыдущую историю развития отношений двух государств, подписание различного рода межправительственных и неправительственных

⁷⁹ Лю Цзяньюн. Указ. соч. С. 64.

соглашений, а также другие усилия, предпринимаемые для их политического сближения. Так, несмотря на малое количество взаимных официальных визитов высших должностных лиц в первое десятилетие после нормализации японо-китайских отношений, в этот период странами было подписано немало важных межправительственных соглашений, и внешнеполитическая активность была крайне высокой, в особенности в сравнении с предшествовавшими десятилетиями. Поэтому политические отношения Японии и Китая на данном этапе никак нельзя расценивать как «холодные».

Таблица 9.

Основные этапы развития политических и экономических отношений Японии и Китая с 1972 г. по настоящее время

Год	Состояние политических отношений	Состояние экономических отношений	Год	Состояние политических отношений	Состояние экономических отношений
1972	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	1993	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1973	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	1994	БУМ ПОЛИТ. СВЯЗЕЙ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1974	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	1995	БУМ ПОЛИТ. СВЯЗЕЙ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1975	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ	1996	ХОЛОДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1976	ПРОХЛАДНЫЕ	ХОЛОДНЫЕ	1997	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1977	ПРОХЛАДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ	1998	ТЕПЛЫЕ	ХОЛОДНЫЕ
1978	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	1999	ТЕПЛЫЕ	ПРОХЛАДНЫЕ
1979	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2000	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1980	ПРОХЛАДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2001	ПРОХЛАДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1981	ПРОХЛАДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ	2002	ХОЛОДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1982	ТЕПЛЫЕ	ХОЛОДНЫЕ	2003	ХОЛОДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1983	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ	2004	ПРОХЛАДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1984	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2005	ХОЛОДНЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1985	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2006	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1986	ХОЛОДНЫЕ	ХОЛОДНЫЕ	2007	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1987	ХОЛОДНЫЕ	ПРОХЛАДНЫЕ	2008	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1988	ПРОХЛАДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2009	ТЕПЛЫЕ	ТЕПЛЫЕ
1989	ПРОХЛАДНЫЕ	ПРОХЛАДНЫЕ	2010	ПРОХЛАДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1990	ПРОХЛАДНЫЕ	ХОЛОДНЫЕ	2011	ПРОХЛАДНЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ
1991	ТЕПЛЫЕ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2012	ХОЛОДНЫЕ	ПРОХЛАДНЫЕ
1992	БУМ ПОЛИТ. СВЯЗЕЙ	БУМ ЭК. СВЯЗЕЙ	2013	-	-

Источники: Лю Цзяньюн. Указ. соч.; Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006. Т. 3; <http://www.customs.go.jp/>; <http://fdi.gov.cn>; китайские и японские СМИ.

При оценке состояния экономических связей нами были также сделаны некоторые допущения. Хотя Лю Цзяньюн предлагает вычислять долю прироста двустороннего товарооборота в общем приросте товарооборота Китая, в нашем случае, поскольку мы используем японские статистические источники, было удобнее производить вычисления относительно внешнего товарооборота Японии. Ввиду того, что с 2007 г. китайские статистические службы не предоставляют данные по согласованным прямым инвестициям, мы заменили их на фактически осуществленные инвестиции. Все это, тем не менее, не мешает видеть основные тенденции.

По соотношению состояния политических и экономических связей между странами на определенных этапах развития их отношений можно судить о том, насколько (при прочих равных условиях) серьезное влияние оказывает политическая составляющая этих отношений на экономическую.

Сразу после нормализации японо-китайских отношений как политические, так и экономические связи двух стран развивались в целом стабильно и поступательно, даже несмотря на продолжавшуюся Культурную революцию в Китае и обострившееся к концу 1970-х гг. недовольство китайского МИДа по поводу заключенного в обход КНР японо-корейского соглашения о совместной разработке двумя странами континентального шельфа (1974 г.). Однако беспорядки в Китае, несомненно, омрачали политический фон, и снижение японо-китайского товарооборота на 20% в 1976 г.⁸⁰ связывают именно с тем, что этот год был во многих отношениях тяжелым для КНР. Смерть сразу нескольких ключевых политических фигур, в том числе Чжоу Эньлая и Мао Цзэдуна, и связанная с этим неопределенность совпали с мощным землетрясением на северо-востоке Китая, нанесшим удар по промышленности данного региона. Все это создало

⁸⁰ По данным статистики японской таможни. URL: <http://www.customs.go.jp/> (дата обращения: 01.06.2012).

крайне неблагоприятные условия для развития японо-китайских экономических отношений⁸¹.

Довольно очевидной взаимосвязь экономики и политики была в 1980-е гг.: в этот период ряд подрывающих политическую стабильность эпизодов способствовал «охлаждению» отношений в экономической сфере. В 1980-81 гг. перегрев в экономике КНР и связанная с этим необходимость ограничения импорта и сворачивания ряда крупных проектов совпала с конфликтом по поводу корректировки содержания японских учебников истории. В 1985 г. недовольство в Китае официальным визитом японского премьера Я. Накасонэ в храм Ясукуни наложилось на меры правительства КНР по урегулированию дефицита торгового баланса с Японией. Наблюдавшееся вслед за этими событиями снижение торговых и инвестиционных показателей, при наличии объективных экономических предпосылок, усугублялось политической напряженностью.

Еще один эпизод, заметно сказавшийся на активности японо-китайской торговли и предпринимательской деятельности японских компаний в Китае в 1980-е гг. – инцидент на площади Тяньаньмэнь (1989 г.). Создав дополнительные риски для иностранных инвесторов, это событие сильно ухудшило имидж Китая как экономического партнера и его инвестиционную привлекательность. Сразу после инцидента большинство находящихся в столице КНР сотрудников японских компаний (в то время в Пекине находилось более 300 офисов предприятий с японским капиталом) по рекомендации японского МИДа вернулись на родину⁸². Инцидент привел к снижению товарооборота между странами и оттоку японского капитала из КНР еще и потому, что японским правительством были введены экономические санкции (заморожены иеновые кредиты КНР и

⁸¹ По данным Министерства иностранных дел Японии. URL: http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/bluebook/1977_1/s52-2-1-1.htm (дата обращения: 21.05.2013).

⁸² Каваниси Сигэтада. Цюаньцюхуа шидай дэ чжунжи цзинци вэньхуа бицзяо (Сравнение китайской и японской экономики и культуры в эпоху глобализации). Пекин: «Дачжун вэньи чубаньшэ», 2005. С. 74-75.

приостановлены операции по государственному страхованию торговли с Китаем)⁸³.

Однако после инцидента на площади Тяньаньмэнь отношения между странами восстановились достаточно быстро. Часть экономических санкций была снята уже в конце 1989 г., а в августе 1991 г. премьер-министр Японии Т. Кайфу по приглашению китайского правительства нанес в КНР официальный визит, став первым из руководителей некоммунистических государств, посетивших страну после инцидента⁸⁴.

Начиная с 1990-х гг. как товарооборот между странами, так и прямые инвестиции японских компаний в Китае растут беспрецедентно высокими темпами. В основе этого роста – уже упомянутая последовательная либерализация инвестиционного режима в КНР, а также возросшая в этот период потребность японских компаний в активном экспорте предпринимательского капитала. Лю Цзяньюн отмечает, что с 1990-х гг. японо-китайские отношения перешли в новую стадию, когда состояние экономических связей стран перестало находиться в такой сильной зависимости от политических факторов, как прежде. Это привело даже к тому, что в начале XXI в., в крайне неблагоприятный для японо-китайских политических отношений период правления Дз. Коидзуми, возникла никогда не наблюдавшаяся ранее ситуация «расцвета экономических отношений при холодности в политике» (*чжэнлэн-цзинжэ*). На наш взгляд, это свидетельствует о прочности японо-китайских экономических связей на современном этапе и сильной взаимозависимости между их экономиками.

Тем не менее, данная тенденция не означает, что политические факторы полностью утратили свое значение. Все возникшие в свое время между странами политические противоречия остаются актуальными по сей день. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что за последнее

⁸³ Лю Цзяньюн. Указ.соч. С. 53-55.

⁸⁴ Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006. Т. 3. С. 448-453.

десятилетие можно было наблюдать довольно серьезные случаи, когда эти противоречия перерастали в торговые конфликты между странами.

В 2001 г. между Японией и Китаем впервые с момента восстановления их дипломатических отношений возникла настоящая «торговая война». Она началась с повышения Японией таможенных пошлин на импорт трех видов китайской сельскохозяйственной продукции и введения квот, при превышении которых данные товары облагались тарифами от 106 до 266%. Официальной причиной принятия таких мер была защита японских производителей, но китайская сторона увидела в них политическую подоплеку. Незадолго до этого между странами в очередной раз возникли разногласия по поводу интерпретации истории в японских учебниках, и действия Токио были расценены как проявление недовольства поведением Пекина. Какими бы ни были причины повышения Японией таможенных тарифов, ответные меры Китая были достаточно жесткими. Правительство КНР ввело 100%-ные таможенные пошлины на импорт из Японии 60 товарных позиций. Среди них были такие важнейшие статьи японского экспорта, как автомобили, кондиционеры и сотовые телефоны. Конфликт удалось урегулировать только к началу 2002 г. посредством переговоров на высшем уровне⁸⁵.

Еще один серьезный конфликт возник осенью 2010 г., когда Китай ввел квоту на экспорт редкоземельных металлов в Японию после очередного столкновения двух стран по поводу островов Сэнкаку. Редкоземельные металлы являются неотъемлемой частью производственного процесса в высокотехнологичных производствах, в частности, они входят в состав важных деталей и компонентов для автомобилей, компьютеров и смартфонов. Учитывая, что более 90% мировых поставок редкоземельных металлов приходится на Китай, а Япония является одним из лидеров мировой индустрии высоких технологий, нетрудно представить, насколько сильное

⁸⁵ Семин А.В. Указ. соч. С. 18-19.

влияние оказали на ее экономику ограничения Китаем экспорта этого товара. Сложившаяся ситуация, с одной стороны, заставила японские компании срочно искать пути более экономного использования редкоземельных металлов и диверсифицировать источники их поставок, с другой – поставила японских поставщиков деталей и компонентов для хайтэк-продукции перед необходимостью перемещения бизнеса в Китай вслед за производителями самой этой продукции⁸⁶.

Следует отметить, что возможности применения Китаем средств экономического давления, особенно после его присоединения к ВТО, ограничены нормами этой организации. Поэтому, как отмечают японские СМИ, иногда Китай использует не прямые, а косвенные методы воздействия на иностранные компании по политическим мотивам, в том числе через свои госпредприятия. Так, после публикации в июле 2012 г. американской компанией «Bloomberg» нежелательной для китайского руководства информации о благосостоянии семьи преемника Ху Цзиньтао Си Цзиньпина были введены ограничения на доступ к веб-сайту данной компании из континентального Китая. Помимо этого китайские госпредприятия приостановили покупку финансовой информации у компании через ее основную платформу «Bloomberg Terminal», существенно подорвав ее позиции на китайском рынке⁸⁷. Как показывает этот пример, для решения политических вопросов Китай может применять и разного рода нестандартные методы.

Периодически возникающие в Китае массовые антияпонские выступления, сопровождающиеся общественными беспорядками, в том числе призывами бойкотировать японские товары и враждебностью по отношению ко всему, что связано с Японией, также создают крайне неблагоприятные условия для деятельности ее компаний в этой стране.

⁸⁶ «Сюкан тоёкэйдзай». 29. 09. 2012. С. 72-73.

⁸⁷ «Newsweek». October 3, 2012 (японское издание). С. 32.

Помимо снижения объемов продаж, настроения местного населения отражаются и на многих других аспектах деятельности японских предприятий в Китае, в том числе на их отношениях с местным наемным персоналом, с поставщиками, с администрацией и государственными структурами. Не случайно социальная нестабильность особо упоминается среди так называемых «китайских рисков» в классификации «Джетро», составленной по результатам опросов японских компаний (подробнее см. табл. 23 в гл. 3).

В настоящее время в китайском обществе все еще сохраняется достаточно большой заряд негатива по отношению к Японии. Так, по данным социологического опроса, проведенного в 2012 г. китайской газетой «China Daily» совместно с японской неправительственной организацией «Genron NPO», у жителей КНР среди первых ассоциаций с Японией, наряду с качеством японской техники и своеобразием кухни, все чаще возникают ассоциации с историческими и территориальными проблемами, которые омрачают общую картину восприятия ими этой страны. Нельзя не отметить, что негативные элементы в восприятии Китая существуют и у японской стороны. По данным обследований последних лет, это, в первую очередь, обеспокоенность существующими в непосредственной близости от Японии экологическими проблемами, недоверие к качеству китайской продукции и недовольство реакцией КНР на ситуацию с островами Сэнкаку⁸⁸.

Особенно разрушительные для японского бизнеса выступления прошли в Китае в марте-апреле 2005 г. и сентябре 2012 г. В первом случае они были спровоцированы целым рядом наложившихся друг на друга обстоятельств: нарастающим недовольством по поводу посещения храма Ясукуни премьер-министром Японии Дз. Коидзуми, активизацией поисковой деятельности японских добывающих компаний в Восточно-Китайском море, новым витком полемики по поводу содержания японских школьных учебников истории, а

⁸⁸ См. Ниттю кёдо ёрон тёса хикаку кэка (Результаты сравнения совместного исследования общественного мнения в Японии и Китае) за разные годы. URL: <http://www.genron-npo.net/> (дата обращения: 05.2013).

также сближением позиций Японии и США по тайваньскому вопросу и заявкой Токио на место постоянного члена Совета Безопасности ООН. В 2012 г. бурную реакцию китайской общественности вызвала национализация японским правительством трех спорных островов из гряды Сэнкаку.

Конфликт вокруг островов Сэнкаку / Дяоюйдао является, пожалуй, одним из самых серьезных и затянувшихся. Своего апогея он достиг именно в сентябре 2012 г., когда Япония на правительственном уровне сделала фактически бескомпромиссное заявление о своем суверенитете над островами. Масштабы возникшего в КНР общественного недовольства были беспрецедентны с момента восстановления японо-китайских дипломатических отношений. По некоторым оценкам, антияпонские демонстрации охватили около 120 городов Китая, а их участниками стали несколько десятков тысяч человек⁸⁹. Ряд крупных японских супермаркетов, ресторанов, магазинов и заводов, производящих автомобили и электронику, были вынуждены временно закрыться или приостановить производство. Заметно сократились потоки туристов между странами.

Во время демонстраций оперирующие в Китае японские предприятия понесли серьезные финансовые потери. Так, погромы 15 сентября в г. Циндао стоили японскому супермаркету «Аеон» порядка 2,4 млрд. иен (около 30 млн. долл.)⁹⁰. Объем продаж автомобилей компании «Mitsubishi» на китайском рынке в сентябре 2012 г. упал на 63% по сравнению с тем же периодом прошлого года; на 40% снизились в этом же месяце продажи компании «Toyota», а у компаний «Nissan» и «Mazda» продажи в результате демонстраций упали более чем на 30%⁹¹. Объемы продаж японских

⁸⁹ По материалам «Jiji Press».

URL: <http://www.jiji.com/jc/zc?key=%c8%bf%c6%fc%a5%c7%a5%e2&k=201209/2012091800931> (дата обращения: 10.2012).

⁹⁰ «Сюкан тоёкэйдзай». 29. 09. 2012. С.68

⁹¹ По материалам японских СМИ:

URL: <http://www.yomiuri.co.jp/atcars/news/20121006-OYT8T00273.htm>;

URL: <http://jp.reuters.com/article/JPauto/idJPTYE89401N20121005>;

URL: <http://mainichi.jp/select/news/20121006k0000m020098000c.html> (дата обращения: 10.2012).

электротоваров в Китае начали падать еще за месяц до выкупа островов Сэнкаку японским правительством, когда японо-китайские отношения только начинали накаляться в связи с этим вопросом. Так, в августе 2012 г. продажи электроники «Toshiba» в китайских розничных сетях упали на 40,3% по сравнению с предшествующим месяцем, «Sanyo» – на 44,3%, «Panasonic» – на 23,4%, «Sharp» – на 21,1%⁹².

Все это не могло не отразиться и на макроэкономических показателях. Довольно заметным было снижение объемов японского экспорта в КНР в 2012 г.: на протяжении практически всего года они были ниже значений 2011 г., особенно в четвертом квартале. Так, в октябре 2012 г. падение экспорта в сравнении с тем же месяцем 2011 г. составило 13,4%, в ноябре – 17,2%, а в декабре – уже 20,7%⁹³. Позиции японских компаний были подорваны не только снижением популярности их продукции на китайском рынке, но и тем, что китайская таможня стала затягивать процедуры оформления товаров из Японии⁹⁴. Отрицательная динамика японского экспорта привела в итоге к тому, что в 2012 г. впервые за последние несколько лет отрицательный прирост (-3,3%) показал и двусторонний товарооборот.

Что касается инвестиций, то поскольку инвестиционные контракты заключаются заранее и эта переменная не так подвержена влиянию политических факторов в краткосрочном периоде, заметных изменений в объемах японских прямых инвестиций в КНР не произошло. Однако по мнению некоторых экспертов, падение капиталовложений в августе и октябре 2012 г. (на 12,4 и 32,4% соответственно), а также в январе 2013 г. (на 20%)⁹⁵ – не что иное, как реакция на обострение японо-китайских

⁹² По данным информационного сайта «Searchina». URL: http://news.searchina.ne.jp/disp.cgi?y=2012&d=0912&f=business_0912_161.shtml (дата обращения: 10.2012).

⁹³ По данным организации «Джетро».

⁹⁴ По материалам газеты «Майнити». URL: <http://mainichi.jp/select/news/20120920k0000m020079000c.html> (дата обращения: 10.2012).

⁹⁵ По данным правительственного сайта КНР по прямым иностранным инвестициям (URL: <http://fdi.gov.cn>).

политических противоречий⁹⁶. Вне всяких сомнений события с островами Сэнкаку внесли свой вклад в замедление темпов роста японских прямых инвестиций в Китае в 2012 г.

Вышеупомянутые примеры наглядно свидетельствуют о том, что на протяжении послевоенного периода политические факторы играли и продолжают играть весьма значительную роль в японо-китайских экономических отношениях. Ввиду последних событий, реакция на которые еще не проявилась в полной мере, наблюдение за дальнейшим развитием ситуации и сопутствующей ей динамикой торговых, инвестиционных и других показателей представляет большой интерес. Очевидно, что несущая в себе множество рисков нестабильная обстановка в политической сфере может стать весомым мотивом при принятии решений японскими компаниями о перемещении своей деятельности в другие страны Восточной и Юго-Восточной Азии и, как следствие, привести к оттоку японских инвестиций из Китая.

⁹⁶ Нихон-но тай-тю тоси 20% гэн. Ити гацу, Сэнкаку мондай дэ кэбикаэ (Снижение японских инвестиций в Китае на 20%. Замедление в связи с проблемой островов Сэнкаку). URL: <http://www.iza.ne.jp/news/newsarticle/business/financial/631897/> (дата обращения: 02.2013).

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1

В данной главе были проанализированы предпосылки расширения предпринимательской деятельности японских компаний в КНР с точки зрения конкурентных преимуществ Китая как объекта инвестирования и мотивации японских компаний. При этом особое внимание было уделено экономическим процессам в Японии, Китае и мире, которые подталкивали японских предпринимателей к наращиванию прямых инвестиций в КНР. Была также учтена роль политических факторов, имеющих особую актуальность для развития японо-китайских экономических отношений по линии торговли и инвестиций. Приведем основные выводы по соответствующим разделам главы.

1. Конкурентные преимущества Китая как объекта инвестирования менялись с течением времени. На начальном этапе политики «реформ и открытости» главную ценность для иностранных инвесторов представляли богатые запасы относительно дешевой рабочей силы, сравнительно низкая база цен в китайском хозяйстве и наличие природных ресурсов. Реализация этих конкурентных преимуществ была бы невозможна без политики китайского руководства по либерализации инвестиционного режима, одним из важнейших катализаторов которой стало присоединение страны к ВТО. С начала 2000-х гг. все отчетливее проявляется такое конкурентное преимущество китайской экономики, как обширный внутренний рынок. В связи с этим огромное значение для иностранного капитала имеет облегчение доступа в сферу услуг. Наконец, немаловажным конкурентным преимуществом КНР на

современном этапе являются сформировавшиеся производственные кластеры и огромные масштабы китайской экономики. Все это позволяет стране оставаться привлекательным направлением инвестирования для компаний как непромышленных, так и промышленных отраслей, несмотря на растущие издержки.

2. Благоприятствующими факторами расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае всегда были культурная и территориальная близость двух стран и исторически сложившиеся тесные взаимосвязи между ними. Мотивы же инвестирования менялись в соответствии с этапами развития экономики Японии и под влиянием внешних факторов. За несколько последних десятилетий японские компании прошли путь от инвестирования, направленного практически исключительно на снижение издержек производства (в случае стран Азии), к более сложному набору мотивов, среди которых – следование за конкурентами и оптимизация производственных сетей в регионе. В настоящее время для японских компаний большинства отраслей решающую роль играет мотив поиска новых рынков сбыта. Приобретение Китаем с середины 90-х гг. ведущего значения в качестве направления прямых зарубежных инвестиций японских компаний обусловлено соответствием условий инвестирования в КНР их мотивам.
3. С момента восстановления дипломатических отношений Японии и Китая до настоящего времени в политических и экономических связях двух стран чередуются периоды подъемов и спадов. При этом если в 1970-80-е гг. наблюдалась явная зависимость между ухудшением состояния связей в экономической сфере с их ухудшением в политической, то в 90-е гг. влияние политических факторов на экономические связи стало ослабевать. Тем не менее,

как показывают последние события вокруг островов Сэнкаку и другие недавние конфликты, связанные с историческим прошлым двух стран, при исследовании японо-китайских экономических связей нельзя недооценивать роль политических факторов. Применительно к теме нашего исследования это означает, что обострение политической ситуации может приводить к переориентации японских компаний на страны с более благоприятным инвестиционным климатом и оттоку японского капитала из КНР.

Глава 2. Место японского предпринимательского капитала в экономике КНР

Для определения места японского предпринимательского капитала в экономике КНР обратимся к основным показателям, характеризующим прямые инвестиции японских компаний в Китае.

Прежде всего следует отметить, что статистика японских прямых инвестиций в КНР, предоставляемая японскими и китайскими статистическими службами, не совпадает. Китайская статистика по прямым иностранным инвестициям всегда составлялась в долларах США, в то время как японские данные во многих случаях представлены в иенах (их начали переводить в доллары сравнительно недавно). Однако даже после приведения японских и китайских показателей к единой валюте сохраняются заметные расхождения. Это наглядно отражает график 1.

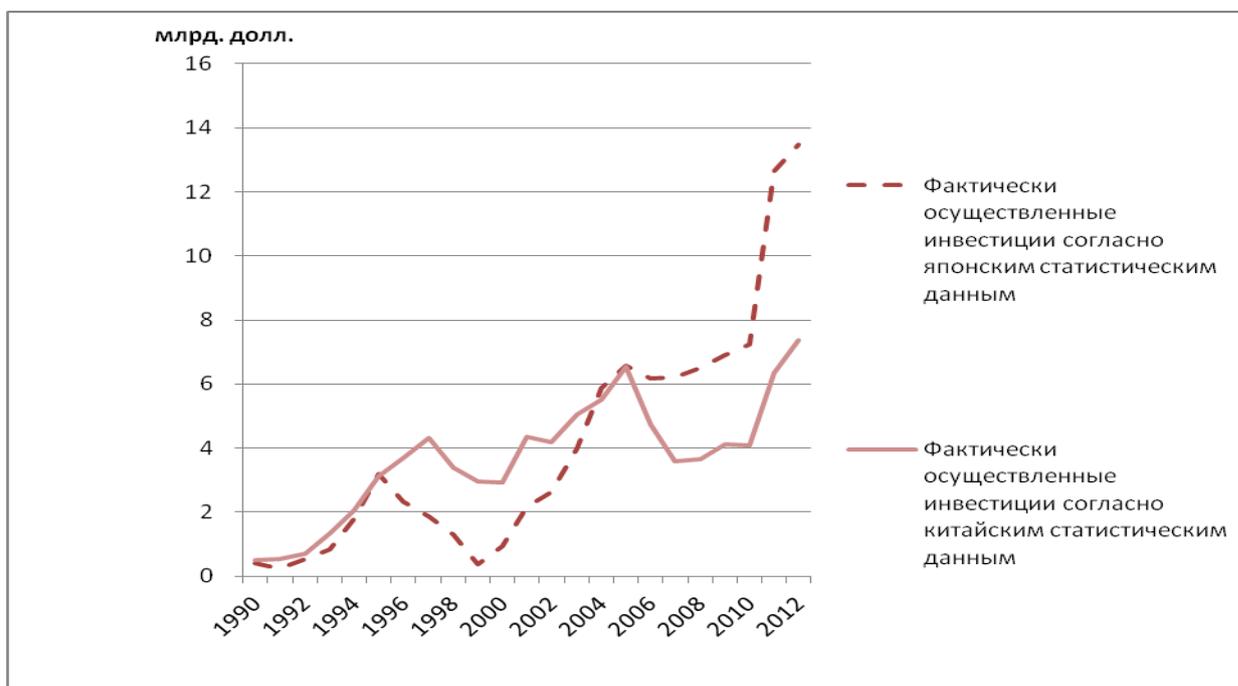
Российские исследователи уже обращали внимание на данные несоответствия. Их объясняли тем, что в японскую статистику не включаются инвестиции объемом менее 100 млн. иен (примерно 1 млн. долл.), что японская статистика не учитывает средства, реинвестированные японскими предприятиями в КНР, и что в Китае статистика составляется на основе отчетов местных органов власти, а в Японии – на основе уведомлений компаний (последнее обстоятельство приводит к расхождениям во времени появления данных)⁹⁷. Предположительно особенности японской калькуляции должны приводить к занижению показателей, поскольку в действительности в Китай направляется большой объем инвестиций малых и средних фирм, а значительная часть прибыли оперирующих в КНР компаний реинвестируется.

⁹⁷ Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX – XXI веков. Дисс. на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007. С. 28.

Это частично подтверждается графиком 1. Однако после 2005 г. картина меняется, и японские показатели начинают превышать китайские.

График 1.

Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае согласно китайским и японским источникам (1990-2012 гг.)



Составлено по данным официальных сайтов Министерства коммерции КНР (URL: <http://fdi.gov.cn>) и организации «Джетро» (URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>).

Дело в том, что после 2005 г. японские статистические службы поменяли методику сбора данных для облегчения международных сопоставлений. Если раньше статистика по прямым зарубежным инвестициям публиковалась на основе уведомлений, то после 2005 г. – на основе данных счета движения капитала платежного баланса. Это привело к заметному повышению показателей, поскольку в статистику стали включаться некоторые не учитываемые ранее составляющие: инвестиции объемом менее 100 млн. иен (теперь пороговое значение составляет 30 млн. иен), реинвестированные средства, краткосрочные кредиты компаниям с японским капиталом (раньше учитывались только кредиты на срок более 1

года), покупка недвижимости и др.⁹⁸. Таким образом, данные японской статистики нельзя считать полностью последовательными.

Тем не менее, как показывает график 1, основные переломные моменты динамики инвестиций отражены и в японской, и в китайской статистике. В связи с этим мы считаем оба варианта достаточно показательными как для анализа агрегированных значений (на которых вышеупомянутые расхождения будут отражаться в меньшей степени), так и для анализа динамики.

Главными критериями при выборе той или иной статистики будут для нас доступность необходимых данных и возможность достаточно полного описания с их помощью рассматриваемых нами явлений. Для точности сопоставлений везде, где это возможно мы будем обращаться только к одному источнику. Так, например, при рассмотрении особенностей деятельности японских компаний в Китае в сравнении с другими иностранными инвесторами мы будем обращаться к китайской статистике, в которой собраны все необходимые для этого показатели. В то же время, при оценке места Китая среди других стран региона в прямых зарубежных инвестициях японских компаний целесообразно использовать японскую статистику. Для анализа же динамики прямых инвестиций японских компаний в Китае мы обратимся к китайским источникам, которые в рассматриваемый период придерживались более последовательной методики сбора данных.

⁹⁸ См. пояснение Министерства финансов Японии. URL: https://www.mof.go.jp/international_policy/reference/balance_of_payments/difference.html (дата обращения: 08.03.2014).

§ 1. Основные характеристики прямых инвестиций японских компаний в Китае

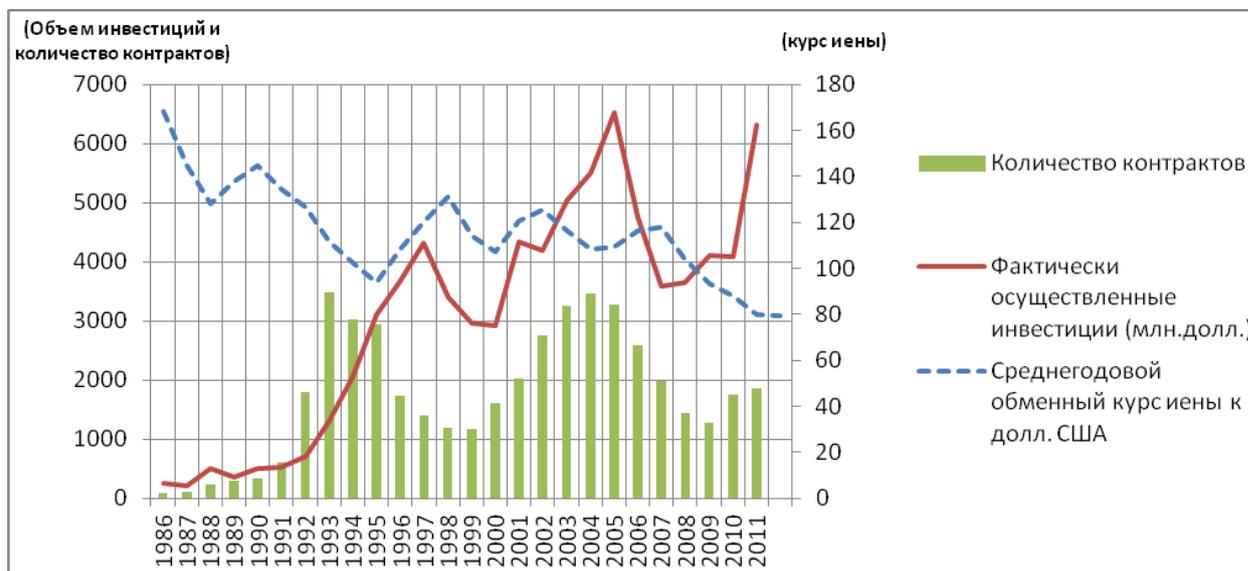
Основными характеристиками прямых иностранных инвестиций в той или иной стране являются динамика, отраслевая структура, территориальное распределение и формы инвестирования. Для уяснения особенностей деятельности японских компаний в Китае в данном параграфе эти показатели будут рассмотрены в сравнении с показателями, характеризующими деятельность в КНР других иностранных инвесторов.

1.1 Динамика

В первые годы китайских реформ, т.е. с конца 1970-х и до середины 80-х гг., активность японских компаний в Китае была довольно низкой. Это можно объяснить несовершенством условий деятельности иностранных инвесторов в этой стране и охлаждением японо-китайских отношений в политико-экономической сфере в этот период. Однако через некоторое время ситуация изменилась: уже с середины 80-х гг. в КНР начался заметный рост прямых инвестиций японских компаний, перешедший вскоре в их стремительный взлет – как по количеству контрактов, так и по объему фактически осуществленных капиталовложений.

С середины 80-х гг. до настоящего времени можно выделить три этапа резкого возрастания (1992-1997 гг.; 2000-2005 гг.; 2010 г. – настоящее время) и два этапа спада (1997-2000 гг.; 2005-2007 гг.) в динамике японских прямых инвестиций (см. график 2).

Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае (1986-2011 гг.)



Источники: данные по инвестициям – государственный сайт Министерства коммерции КНР (URL: <http://fdi.gov.cn>); среднегодовой курс иены – Таможенная служба Японии (URL: <http://www.customs.go.jp/>). Данные по согласованным инвестициям с 2007 г. китайскими статистическими службами не предоставляется, поэтому они не рассмотрены.

Как отмечалось выше, движущей силой роста японских инвестиций во второй половине 80-х гг. стало удорожание иены после подписания соглашения «Плаза» в 1985 г. В этот период заметна корреляционная зависимость между обменным курсом иены к доллару США и объемом японских инвестиций в КНР. Так, фактически осуществленные инвестиции резко увеличились в 1987-1988 гг., достигнув своего максимума в 1988 г., т.е. тогда же, когда своего максимума достигла и стоимость иены (в 1988 г. при курсе 128,15 иен за 1 долл. объем инвестиций составил 514,5 млн. долл. США⁹⁹, вдвое превысив показатель 1987 г.). В последующие годы (1989-1992 гг.), когда курс несколько снизился, столь резкого взлета инвестиций уже не наблюдалось.

⁹⁹ Далее при анализе динамики японских инвестиций мы будем приводить данные китайской статистики, если не указано иное.

Следует учитывать также и влияние на активность японских компаний в Китае инцидента на площади Тяньаньмэнь (1989 г.), хотя, как мы уже отмечали, оно было краткосрочным. Уже в начале 90-х гг. количество контрактов и объем фактически осуществленных инвестиций стали вновь увеличиваться, и вскоре начался период их беспрецедентного роста, который продолжался вплоть до азиатского финансового кризиса.

Интерес иностранных компаний к китайской экономике возобновился благодаря знаменитому «южному турне» Дэн Сяопина (1992 г.), которое внушило надежды на дальнейшее поступательное продвижение политики реформ. Как уже отмечалось, инвестиционный климат в КНР постепенно улучшался, происходило совершенствование инвестиционного законодательства и открытие для иностранного капитала новых регионов и отраслей. Именно в это время Китай становится главным объектом инвестирования японских компаний в Восточной Азии. За период стремительного роста японских инвестиций в КНР в 1992-1997 гг. в Китай было направлено в общей сложности около четверти японских инвестиций, идущих в страны региона (см. табл. 4).

Отличительной особенностью 90-х гг. стало укрупнение инвестиционных проектов, когда при снижении количества случаев инвестирования рос общий объем капиталовложений. Если в 80-е гг. большую активность в Китае проявляли мелкие и средние предприятия, то теперь многие крупные и известные японские компании также начали перемещать в Китай свои производства. Помимо этого, укрупнение контрактов означало повышение в структуре инвестиций доли более капиталоемких отраслей.

Как видно на графике 2, в 1996-2000 гг. в инвестиционной активности японских компаний в Китае произошел спад. Причина данного явления заключалась не только в региональном финансовом кризисе (который затронул Китай в меньшей степени, чем другие экономики Восточной Азии).

Как отмечает Ю.В. Саплин-Силановицкий¹⁰⁰, в это время китайское руководство ввело экспортный налог и ликвидировало таможенные льготы на ввоз оборудования, что повлияло на активность всех иностранных инвесторов в Китае. Специфическим же для японских компаний фактором стала затяжная депрессия в экономике Японии, которая успела ослабить к тому времени их финансовые возможности. Однако при этом следует подчеркнуть, что объемы японских инвестиций в Китае снизились в меньшей степени, чем инвестиции в НИЭ и АСЕАН (см. табл. 4).

Улучшение экономической ситуации после азиатского кризиса, а также либерализация инвестиционного режима в Китае в связи с присоединением страны к ВТО способствовали возобновлению роста инвестиций японских компаний с начала 2000-х гг. Уже в 2001 г. фактически осуществленные инвестиции превзошли свое предыдущее максимальное значение, достигнутое перед азиатским финансовым кризисом, и составили 4348,4 млн. долл. По данным японской статистики, за период подъема 2000-2005 гг. в экономику Китая было вложено 22,1 млрд. долл. японского предпринимательского капитала – 46% общего объема японских прямых инвестиций в странах восточной и юго-восточной Азии (см. табл. 4). Таким образом, значение КНР во внешнеэкономической стратегии японских компаний продолжало повышаться, причем вслед за крупными японскими предприятиями в Китай устремились и их многочисленные субподрядчики и поставщики комплектующих.

Однако в 2006-2007 гг. в инвестиционной активности японских компаний вновь произошел спад, более заметный, чем у других иностранных инвесторов в КНР. Так, в 2006 г. фактически осуществленные японские инвестиции в Китае упали на 27,1%, а в 2007 г. – еще на 24,6%, в то время

¹⁰⁰ Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX – XXI веков. Дисс. на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007. С. 30-31.

как общий объем фактически осуществленных ПИИ в Китае снизился в 2006 г. всего на 4,1%, а в 2007 г. – и вовсе увеличился на 13,8%¹⁰¹.

Общее снижение активности иностранных компаний в КНР в 2006 г. было вызвано сразу рядом причин. Среди них можно назвать ужесточение монетарной политики в Китае в 2005 г., введение новых ограничений на использование земли, обострение торговых споров КНР с США и странами Евросоюза, ревальвацию юаня, а также ожидания предстоящего в 2008 г. роста ставки налога на прибыль для компаний с иностранным капиталом¹⁰². Помимо этого, по оценке «Джетро», в 2006-2007 гг. возможности поглощения иностранных инвестиций китайской обрабатывающей промышленностью достигли своего предела. В то же время иностранные капиталовложения в непроизводственном секторе КНР еще не успели вырасти до такой величины, чтобы компенсировать снижение инвестиций в обрабатывающих отраслях¹⁰³. По всей видимости, эта ситуация особенно сильно отразилась на активности японских компаний, которые традиционно ориентировались именно на обрабатывающую промышленность.

Нельзя не отметить, что на развитии японо-китайских экономических связей в то время сказалось и произошедшее за период правления кабинета Дз. Коидзуми охлаждение отношений между двумя странами в политической сфере. Только после визита в КНР в конце 2006 г. нового японского премьера С. Абэ наметились перспективы улучшения ситуации, которые внушили

¹⁰¹ По данным правительственного сайта КНР по прямым иностранным инвестициям (URL: <http://fdi.gov.cn>).

¹⁰² Тай-тюгоку тэкусэцу тоси гайкан (Обзор прямых иностранных инвестиций в Китае). Yano Research Institute. URL: <http://www.yano.co.jp/china/local/2006/0214/index.html> (дата обращения: 01.03.2011); 2006 нянь Жибэнь дуй хуа чжицзе тоуцзы сошуэй 30% бэйхоу (Причины снижения прямых инвестиций японских компаний в Китае на 30% в 2006 г.). Электронная газета «Ди-и цайцзин жибао». 13 февраля 2007 г. URL: <http://finance1.jrj.com.cn/news/2007-02-13/000002000716.html> (дата обращения: 01.03.2011).

¹⁰³ 2007 нянь дуй-Хуа чжицзе тоуцзы дунсян (Прямые иностранные инвестиции в Китае в 2007 г.). Отчет организации «Джетро». 2007, Vol. 8. URL: <http://www.jetro.go.jp/china/data/trade/index.html/2007q.pdf> (дата обращения 08.07.2013). С. 7-8.

японским деловым кругам большую уверенность в успешном развитии сотрудничества с Китаем¹⁰⁴.

Что касается последующих лет, то хотя в годы мирового финансово-экономического кризиса произошло кратковременное снижение количества контрактов, в объеме фактически осуществленных в КНР японских инвестиций отрицательной динамики практически не наблюдалось (см. период после 2008 г. на графике 2). Напротив, как уже говорилось ранее, азиатская производственная база Японии оказалась в этот нелегкий период наиболее устойчивой, а Китай вновь проявил себя как перспективное направление реорганизации внешнеэкономической деятельности японских компаний не только для производства, но и для расширения сбыта.

По выходе из кризиса рост японских инвестиций в КНР продолжается. Это является логическим следствием повышения роли всего азиатского региона во внешнеэкономической стратегии японских компаний в условиях непрекращающейся рецессии на европейском и американском рынках и возрастающего давления удорожания иены. После Великого восточно-японского землетрясения использование азиатской производственной базы с целью диверсификации рисков стало особенно актуальным.

Дальнейшее расширение деятельности японских компаний в Китае в 2011-2012 гг. объясняется, в первую очередь, именно стремлением к более рациональному распределению промышленных объектов и сетей поставок в регионе. В 2011 г. объем фактически осуществленных японских инвестиций в КНР возрос на 55%, в 2012 г. – на 16,6% (см. график 2). В целом за эти два года японские компании вложили в экономику Китая 13,7 млрд. долл.

Правда, с августа 2012 г. началось кратковременное снижение активности японских компаний в Китае, которое имело явную связь с обострением ситуации вокруг островов Сэнкаку. Но к декабрю рост

¹⁰⁴ 2006 нянь Жибэнь дуй-Хуа тоуцзы сяцзын 30% иньфа гуаньчжу (Снижение японских инвестиций в Китае на 30% в 2006 г. привлекло всеобщее внимание). Жэньминь Жибао, 15 мая 2007 г.
URL: <http://world.people.com.cn/GB/1029/42354/5730177.html> (дата обращения: 24.02.2013).

инвестиций возобновился (см. табл. 10). Станет ли это долговременной тенденцией и как будет развиваться ситуация дальше – покажет время.

Таблица 10.

**Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае
в период напряженности вокруг островов Сэнкаку / Дяоюйдао**

Год	2012							
Месяц	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август
Фактически осущ. инвестиции (млн.долл.)	799	561	713	622	525	878	631	352
Изменение к предыдущему году (%)	59,5	87,0	-30,8	26,4	19,3	18,3	35,7	-12,4
Год	2012				2013			
Месяц	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль	март	апрель
Фактически осущ. инвестиции (млн.долл.)	540	459	528	772	639	630	1021	654
Изменение к предыдущему году (%)	25,3	-32,4	15,8	88,3	-20,0	12,0	43,0	5,0

Источник: государственный сайт Министерства коммерции КНР (URL: <http://fdi.gov.cn>)

1.2 Отраслевая структура

До начала 1990-х гг. большая часть японских капиталовложений в экономику Китая направлялась в различные отрасли обрабатывающей промышленности, прежде всего в трудоемкие, низкотехнологичные производства. По некоторым оценкам, доля обрабатывающей промышленности в инвестициях японских компаний в 80-е гг. составляла около 3/4, и только порядка 20% капиталовложений приходилось на финансы и другие отрасли сферы услуг. При этом как в сфере услуг, так и в обрабатывающей промышленности преобладали маломасштабные проекты, которые могли быстро окупиться и практически не требовали передачи технологий¹⁰⁵. Это можно объяснить желанием японских компаний избежать больших рисков в недавно «открывшейся» китайской экономике и доступностью в это время лишь ограниченного числа отраслей для иностранных инвесторов.

¹⁰⁵ Deng L. Understanding Japanese Direct Investment in China (1985-1993): An Intercultural Analysis. American Journal of Economics and Sociology, Vol. 56, №1 (January, 1997). P. 123.

Хотя, как показывают данные табл. 11, в начале 90-х годов доля обрабатывающей промышленности в потоках японских инвестиций несколько снизилась, с середины десятилетия и по настоящее время бóльшая часть японских прямых инвестиций направлялась именно в обрабатывающие отрасли. За весь рассматриваемый период (1990-2011 гг.) 73,5% японских инвестиций в Китае – более 6 трлн. иен – было накоплено в обрабатывающей промышленности.

Таблица 11.

Динамика отраслевой структуры прямых инвестиций японских компаний в Китае за 1990-2011 гг. (млрд. иен)

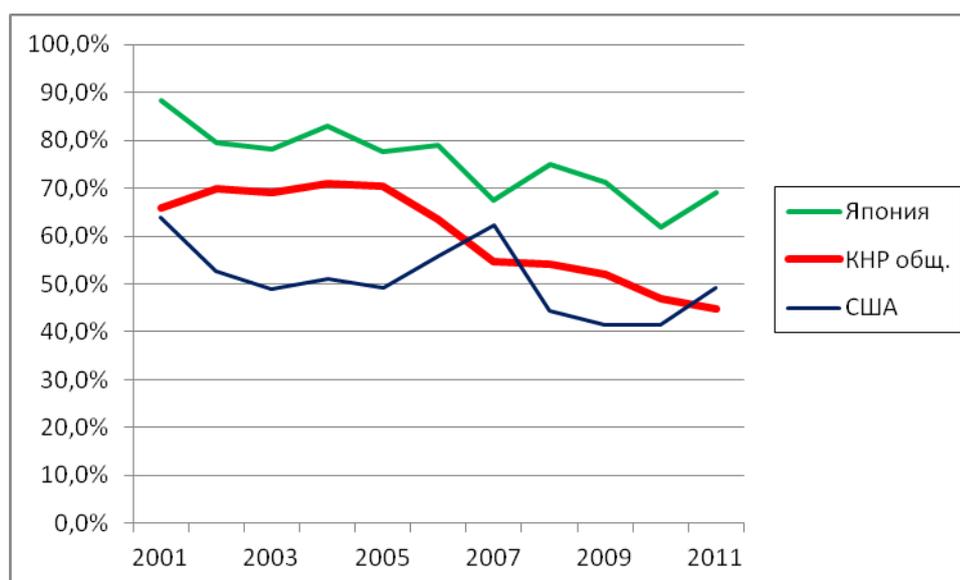
	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	Всего за 1990-2011
Пищевая пром.	1,3	3,7	13,7	20,7	10,5	2,5	9,1	11,3	21,6	39,7	82,7	10,7	17,3	344,4 (4,2)
Текстильная	3,1	15,5	34,9	21,2	5,1	3,0	9,0	12,0	11,0	8,6	15,4	7,0	43,1	358,2 (4,3)
Целлюлозно-бумажная	0,2	0,4	1,0	4,4	1,0	0,6	2,6	6,1	4,1	10,5	45,5	24,9	27,6	206,9 (2,5)
Химическая	1,7	2,5	10,6	9,8	15,3	7,2	17,5	30,3	55,1	46,7	44,4	64,6	82,3	592,8 (7,1)
Черная и цветная металлургия	2,0	3,8	16,4	20,3	9,4	4,9	13,8	42,6	30,9	58,9	33,7	44,6	101,2	586,8 (7,0)
Общее машиностроение	7,4	6,5	13,7	31,9	11,4	9,5	19,1	46,1	59,4	74,1	61,7	86,5	142,6	847,7 (10,2)
Электромашиностроение	3,3	24,6	51,6	44,5	16,3	35,8	38,1	50,6	170,6	117,8	66,8	40,0	101,3	1318,1 (15,9)
Трансп. машиностроение	0,2	4,1	23,3	28,0	17,9	10,1	23,6	179,5	133,0	101,9	90,7	85,4	116,2	1208,7 (14,6)
Прочие	4,5	22,6	28,9	22,4	16,9	11,9	38,3	28,2	40,2	21,8	11,5	29,2	41,9	533,7 (6,4)
Всего в обрабатывающей промышленности	23,7 (46,4)	83,8 (60,7)	194,2 (72,4)	203,2 (71,9)	103,8 (75,4)	85,6 (76,8)	171,2 (79,6)	406,6 (82,8)	567,0 (79,1)	501,7 (74,9)	461,5 (71,1)	389,6 (62,0)	694,8 (69,2)	6166,2 (74,3)
Сельское и лесное хоз-во	0,2	0,7	0,3	-	-	-	-	-	1,5	0,8	0,3	-	0,6	7,9 (0,1)
Морской промысел	0,7	1,6	0,7	0,4	-	-	-	0,4	0,5	2,7	0,1	-	-	10,9 (0,1)
Добывающая промышленность	2,9	0,2	-	0,6	-	-	0,6	0,1	-	-	-	-	-	6,0 (0,1)
Строительство	1,1	0,9	8,0	6,7	8,1	0,3	1,0	-	-2,8	-0,3	0,9	2,2	1,1	63,9 (0,8)
Торговля	0,4	3,1	15,6	14,6	4,4	6,2	8,3	27,3	73,4	79,4	80,5	92,4	150,6	762,1 (9,2)
Финансы и страхование	0,4	0,1	0,1	2,2	3,9	0,4	14,6	17,5	27,5	8,0	93,8	81,8	59,0	502,8 (6,1)
Сфера услуг	19,9	28,3	21,5	28,7	9,7	16,7	3,9	14,7	11,5	13,7	9,0	29,2	17,9	351,5 (4,2)
Транспорт	0,1	3,4	2,3	2,3	1,1	0,5	0,5	2,1	11,0	10,7	5,9	2,4	5,3	76,9 (0,9)
Недвижимость	1,4	8,5	14,6	19,5	4,5	1,5	0,5	1,6	3,8	31,9	-7,1	26,7	51,2	242,0 (2,9)
Связь и информация	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7	11,1	1,3	4,7	24,5	51,8 (0,6)
Всего в необработ. отраслях	27,0 (52,8)	46,7 (33,8)	63,2 (23,6)	74,9 (26,5)	31,7 (23,0)	25,6 (23,0)	29,5 (13,7)	63,5 (12,9)	150,2 (20,9)	168,3 (25,1)	187,7 (28,9)	238,8 (38,0)	309,7 (30,8)	2131,3 (25,7)
Всего	51,1	138,1	268,3	282,8	137,7	111,4	215,2	490,9	717,2	670,0	649,2	628,4	1004,6	8297,5 (100)

Источники: 1990-2004 гг. – статистика Министерства финансов Японии; 2005-2011 гг. – данные «Джетро» на основе статистики Министерства финансов Японии. Ввиду отсутствия данных по ряду проектов, общие суммы капиталовложений за некоторые годы не сходятся. В скобках указана доля отрасли или группы отраслей в итоговом объеме инвестиций за соответствующий год.

Более того, если сравнить отраслевую структуру японских инвестиций с аналогичными показателями по иностранным капиталовложениям в целом, то можно сделать вывод о том, что значение КНР для Японии как производственной базы более существенно, чем для других иностранных инвесторов. На графике 3 можно видеть, что хотя доля обрабатывающей промышленности в японских инвестициях в КНР имеет тенденцию к снижению, она явно выше, чем в инвестициях большинства других инвесторов, в том числе и американских.

График 3.

Изменение долей обрабатывающей промышленности в структуре прямых иностранных инвестиций в КНР из Японии, США и в среднем по иностранным инвесторам



По данным <http://www.mof.go.jp>, <http://www.stats.gov.cn>, <http://www.bea.gov> (дата обращения к данным: март 2013). При расчетах использовались фактически осуществленные ПИИ в КНР за соответствующие годы. Процентные доли для Японии и всех стран посчитаны по потокам, для США – по накопленному объему.

На протяжении рассматриваемого периода структура японских инвестиций в обрабатывающую промышленность КНР не оставалась неизменной. В первой половине 90-х гг., когда японский производственный сектор столкнулся с финансовыми трудностями и стагнацией, наряду с инвестициями в традиционные трудоемкие и низкотехнологичные отрасли, происходило увеличение капиталовложений в химическую промышленность,

черную и цветную металлургию, общее машиностроение и электромашиностроение. При этом значение двух последних отраслей росло особенно заметно, и уже к концу 90-х гг. электромашиностроение и общее машиностроение стали главными направлениями японских инвестиций в Китае.

Хотя в последующие годы в структуре инвестиций в обрабатывающую промышленность по-прежнему преобладали инвестиции в машиностроительные отрасли (на протяжении 2000-х гг. на них приходилось 50-60% японских капиталовложений в обрабатывающую промышленность), за последние несколько лет довольно заметно выросли японские инвестиции практически во всех отраслях китайской обрабатывающей промышленности (в том числе в пищевой, текстильной, целлюлозно-бумажной, химической, а также в черной и цветной металлургии). Это говорит о том, что в настоящее время Китай по-прежнему играет роль многофункциональной производственной базы Японии, причем главное значение имеет уже не столько возможность снижения издержек производства в Китае, сколько емкость китайского внутреннего рынка и перспективы расширения сбыта на нем.

Что касается необрабатывающих отраслей ¹⁰⁶, то в динамике инвестиций японских компаний в торговлю, финансы, страхование, транспорт и другие сектора сферы услуг можно отметить ярко выраженное соответствие основным этапам либерализации инвестиционного режима в Китае (см. табл. 11).

В середине 90-х гг., когда Китай вел переговоры о присоединении к ВТО с отдельными странами-членами организации и принял часть обязательств по либерализации в сфере услуг, активизировалась

¹⁰⁶ В классификации Министерства финансов Японии к «необрабатывающей» промышленности отнесены все необрабатывающие отрасли, включая сельское хозяйство, морской промысел и добывающую промышленность. В отдельные отрасли необрабатывающей промышленности, помимо сферы услуг, выделены торговля, финансы, страхование, транспорт и коммуникации, которые в статистике большинства западных стран относятся к сервисным отраслям. Говоря о японских инвестициях в сфере услуг, мы будем иметь в виду сферу услуг в широком смысле слова.

деятельность японских компаний в торговле, финансах и страховании. Через несколько лет после присоединения страны к ВТО (2001 г.), когда Китаем была уже выполнена существенная часть обязательств, наряду с ростом инвестиций в торговлю, финансы и страхование, можно было наблюдать усиление притока средств в транспортные услуги, сферу операций с недвижимостью, сферу связи и информации.

Еще одним рубежом стал 2008 г., когда Китай должен был выполнить все оставшиеся обязательства по протоколу о вхождении в ВТО. Результатом этого стал скачок инвестиций в финансы, страхование, торговлю и сферу коммуникаций, наблюдавшийся в последние годы.

Среди отраслей сферы услуг основными реципиентами японских инвестиций являются торговля, финансы и страхование. За 1990-2011 гг. в торговле было накоплено 36%, а в финансах и страховании – 24% всего японского капитала, вложенного в необрабатывающие отрасли, причем большая часть этих инвестиций пришлась на период после присоединения Китая к ВТО.

Рост японских инвестиций в сферу услуг означает, что у японского бизнеса в Китае появилась потребность в создании инфраструктуры для дальнейшего расширения предпринимательской деятельности. Приход в Китай японских финансовых учреждений и страховых фирм должен облегчить японским промышленным компаниям финансирование проектов и управление рисками. Характерно, что многие финансовые и страховые компании, инвестирующие в Китай, принадлежат к тем же финансовым группам, что и функционирующие в КНР японские промышленные предприятия. Рост инвестиций в торговлю свидетельствует также о том, что японские компании перешли к активному освоению китайского потребительского рынка. Расширяют свою деятельность в КНР японские оптовые торговые компании, розничные сетевые магазины и универмаги.

В целом, исходя из динамики и отраслевой структуры японских инвестиций, можно сделать вывод о том, что в КНР формируется

полноценная, самодостаточная система, которая способна обеспечивать самые разнообразные потребности японского бизнеса, возникающие в процессе его деятельности на территории Китая. В настоящее время эта деятельность по-прежнему сконцентрирована в обрабатывающей промышленности, а сфера услуг носит вспомогательный характер и выполняет поддерживающую функцию для японской производственной базы.

1.3 Территориальное распределение

Распределение прямых иностранных инвестиций на территории Китая отличается неравномерностью. Восточные провинции страны всегда имели более благоприятные условия: развитую промышленную базу и инфраструктуру, высокий уровень урбанизации, более качественные трудовые ресурсы, развитые внешнеэкономические связи. В этом регионе было возможно получение более быстрой отдачи от капиталовложений.

В 1980-е гг. руководством КНР была выдвинута установка, согласно которой части общества разрешалось повысить свое благосостояние быстрее, чем остальным. Поэтому политика «территориальной открытости» была ориентирована в первую очередь на ускоренный экономический рост в и без того развитых южных и восточных провинциях. Свободные экономические зоны с преференциальным режимом для иностранных компаний создавались преимущественно на этих территориях. Это приводило ко все большему увеличению разрыва между восточными и западными провинциями Китая.

Хотя с конца 90-х гг. проводится политика «освоения Запада» и «оживления старой промышленной базы на Северо-Востоке», в рамках которой правительство КНР стремится привлекать прямые иностранные инвестиции и в эти регионы (в частности, как уже было упомянуто ранее, в последние издания «Индустриального каталога по иностранным инвестициям» были внесены соответствующие изменения в отношении регионов инвестирования), иностранные предприятия пока неохотно меняют

свои региональные приоритеты, и их капитал по-прежнему сосредоточен в восточной части Китая. К концу 2010 г. в восточных провинциях КНР было накоплено 82,1% прямых иностранных инвестиций, а в центральных и западных провинциях – 7,7 и 5,1% соответственно (см. табл. 12).

Что же касается отраслевой структуры, то приморские регионы Китая по-прежнему остаются центром развития наукоемких отраслей и сферы услуг, а западные и центральные провинции – центром добывающей промышленности и сырьевых отраслей. Уровень их экономического развития значительно ниже.

Таблица 12.

Географическое распределение накопленных в Китае к концу 2010 г. прямых иностранных инвестиций

Регион*	Количество проектов	Доля (%)	Объем капитала (млрд. долл. США)	Доля (%)
Общая сумма	710747	100,0	1107,9	100,0
Восточный регион	592274	83,3	909,3	82,1
Центральный регион	75909	10,7	85,4	7,7
Западный регион	42458	6,0	56,5	5,1
Географическая принадлежность не определена	106	0,01	56,7	5,1

Источник: правительственный сайт КНР по прямым иностранным инвестициям

URL: http://fdi.gov.cn/pub/FDI/wztj/Intjsi/wstzsj/2010nzwzjt/t20120130_140672.htm

(дата обращения: 01.03.2013).

*Восточный регион: г. Пекин, г. Тяньцзинь, г. Шанхай, провинции Хэбэй, Ляонин, Цзянсу, Чжэцзян, Фуцзянь, Шаньдун, Гуандун, Хайнань. Центральный регион: провинции Шаньси, Цзилинь, Хэйлунцзян, Аньхой, Цзянси, Хэнань, Хубэй, Хунань. Западный регион: Внутренняя Монголия, г. Чунцин, провинции Гуанси, Сычуань, Гуйчжоу, Юньнань, Шэньси, Ганьсу, Цинхай, Нинся-хуэйский автономный район, Синьцзян-уйгурский автономный район, Тибет.

Такие же тенденции, в целом, характерны и для территориального распределения японского предпринимательского капитала, однако у японских инвестиций существует и некоторая специфика.

Ввиду того, что китайское правительство в последние годы не публикует детальную статистику распределения прямых иностранных инвестиций по отдельным провинциям КНР, поиск соответствующих данных представляет определенные сложности. Наиболее свежая статистика, которая оказалась нам доступна, представлена в таблице 13.

Таблица 13.

**Географическое распределение инвестиций
японских компаний в Китае за 1980-2006 гг.**

Регионы	Проекты		Фактически осуществленные инвестиции	
	Количество проектов	Доля в общем количестве проектов (%)	Объем (млн. долл. США)	Доля в общем объеме инвестиций (%)
Восточный	18000	92	33700	92,5
Центральный	1016	5,2	1920	5,3
Западный	545	2,7	770	2,1

Источник: Бо Силай цзай чжунжи тоуцзы цуцзинь цзигуо ди 14 цы лянси хуэйи шан цзянхуа (Речь министра торговли КНР Бо Силая на заседании «Организации по содействию японско-китайскому инвестиционному сотрудничеству»).

URL: <http://finance.sina.com.cn/g/20060531/11142612638.shtml> (дата обращения: 03.2013).

Данные по географическому распределению прямых инвестиций японских компаний в Китае за 1980-2006 гг. дают возможность получить некоторое представление об их территориальных предпочтениях и сравнить их со статистическими показателями по иностранным инвестициям в целом. За 1980-2006 гг. в восточных провинциях КНР было сосредоточено около 92% японского предпринимательского капитала и почти такая же доля японских инвестиционных проектов. В то же время, если взять распределение всего накопленного в КНР за тот же период иностранного предпринимательского капитала, то к концу 2006 г. в восточных провинциях было осуществлено 84,6% иностранных инвестиций и реализовано около 83% иностранных инвестиционных проектов¹⁰⁷. Таким образом, японские компании проявляют большую склонность к инвестированию в восточных провинциях, чем прочие иностранные инвесторы.

Сильные позиции японского капитала в этой части Китая подтверждаются и последней статистикой организации «Джетро». В 2011 г. доля японских инвестиций была наиболее велика в расположенных на северо-востоке страны городах центрального подчинения – Пекине и

¹⁰⁷ По данным правительственного сайта КНР по прямым иностранным инвестициям. URL: http://fdi.gov.cn/pub/FDI/wztj/lntjsj/wstzsj/2006nzgwtj/t20070927_85203.htm (дата обращения: 08.03.2013).

Тяньцзине – и провинциях Хэбэй и Ляонин (особенно, в ее административном центре г. Шэньян и втором по величине г. Далянь); в расположенных на восточном побережье провинции Шаньдун и г. Шанхай; в провинциях Гуандун и Фуцзянь юго-восточного Китая; в провинции Хубэй центральной части КНР (см. табл. 14).

Таблица 14.

Крупнейшие иностранные инвесторы в отдельных городах и провинциях КНР в 2011 г.

Пекин	Тяньцзинь	Хэбэй	Шэньян
Гонконг (45,8)	Гонконг (48,0)	Гонконг (57,5)	Гонконг (62,1)
БВО (15,9)	БВО (8,0)	Каймановы острова (7,5)	БВО (10,9)
Япония (10,9)	Япония (7,7)	БВО (4,3)	Швейцария (6,5)
Каймановы острова (5,1)	Р.Корея (6,8)	США (3,8)	Япония (5,7)
США (4,3)	Сингапур (5,5)	Япония (3,6)	Р.Корея (3,0)

Далянь	Шаньдун	Шанхай	Гуандун	Фуцзянь	Хубэй
Гонконг (47,5)	Гонконг (62,5)	Гонконг (42,8)	Гонконг (64,4)	Гонконг (62,6)	Гонконг (54,1)
Япония (10,2)	Р.Корея (7,7)	Япония (10,2)	БВО (10,8)	БВО (9,0)	Япония (10,5)
Р.Корея (7,9)	Япония (4,7)	США (9,5)	Япония (3,2)	Тайвань (4,4)	БВО (8,5)
БВО (4,5)	Сингапур (4,7)	Сингапур (8,3)	Самоа (2,8)	Япония (1,3)	Сингапур (4,2)
США (3,8)	БВО (4,6)	БВО (4,1)	Сингапур (2,1)	США (0,9)	Италия (2,6)

По данным: 2011 нянь вайшан дуйхуа чжицзе тоуцзы дунсян (Тенденции прямых иностранных инвестиций в Китае в 2011 г.). «Джетро». Май, 2012. Vol. 16.

URL: <http://www.jetro.go.jp/china/data/trade/> (дата обращения 03.2013). В скобках указана доля инвестора в общем объеме фактически осуществленных ПИИ (для Шанхая – в объеме согласованных инвестиций). Данные для провинции Сычуань за 2011 г. пока недоступны, но в 2010 г. Япония переместилась с 3 на 5 место по объему капиталовложений после снижения объема инвестиций на 36,9% к предыдущему году.

Помимо вышеупомянутых причин (более высокий уровень развития прибрежных районов и ориентированность политики «открытости» на южные и юго-восточные провинции КНР), очевидно, что такие предпочтения японских компаний связаны с географической близостью Японии к восточной части Китая. Располагая свои филиалы на китайском побережье, японские предприятия могут более эффективно использовать эту страну как базу для производства и экспорта продукции в Японию и третьи страны, экономя на транспортных издержках и создавая более удобные логистические цепочки.

Важно отметить, что исторические связи Японии с прибрежными провинциями Китая, в частности с Маньчжурией (северо-восточные провинции современной КНР) и другими оккупированными Японией в первой половине прошлого столетия территориями, в особенности с такими китайскими городами, как Далянь (провинция Ляонин), Циндао (провинция Шаньдун) и Шанхай, всегда облегчали деятельность японских компаний в этом регионе. «Окном» в континентальный Китай является для японских предприятий Тайвань, период оккупации которого был наиболее продолжительным (1895-1945 гг.), но с которым, тем не менее, у Японии до сих пор сохранились тесные и дружественные отношения.

Важную ориентирующую роль играла также японская правительственная программа ОПР, большая часть проектов которой (в первую очередь направленных на развитие инфраструктуры) в 80-90-е гг. реализовывалась именно в восточной части Китая. Таким образом, японское правительство целенаправленно создавало благоприятные условия для деятельности японских компаний именно в этом регионе.

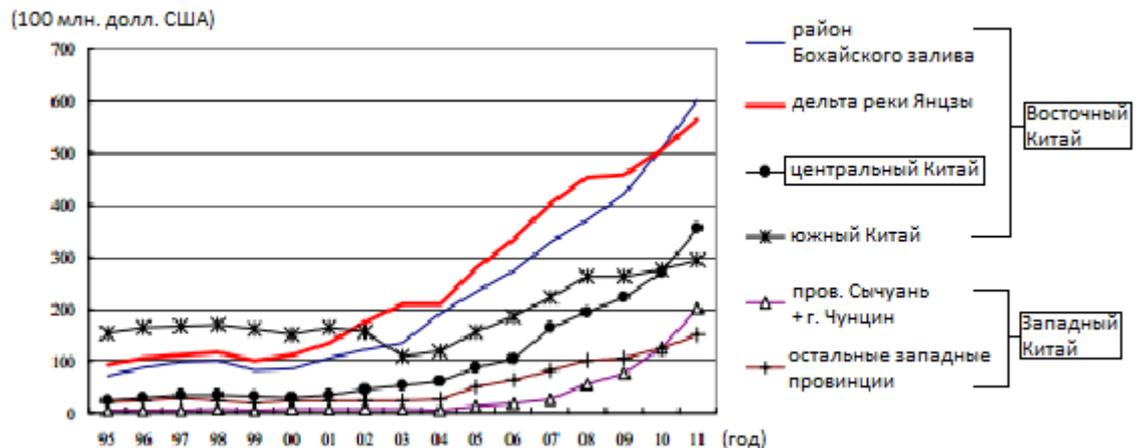
Хотя в настоящее время китайское побережье по-прежнему является главным направлением прямых инвестиций японских компаний в КНР, на рубеже XX-XXI вв. стали заметны некоторые перемены в географическом распределении японского предпринимательского капитала. Они связаны с изменением условий для деятельности иностранных предприятий в отдельных провинциях Китая, с новыми приоритетами региональной политики китайского правительства и в целом со сменой мотивации японских компаний при осуществлении прямых инвестиций.

На графике 4 представлены результаты работы по сбору и анализу данных статистических служб отдельных городов и провинций КНР, проведенной банком «Токуо Mitsubishi UFJ» в 2012 г. Данное исследование показало, что за последние 10 лет увеличились японские капиталовложения в городе центрального подчинения Чунцин и провинциях западного Китая, в первую очередь в провинции Сычуань – промышленном центре этого

региона. Ускорились также темпы роста японских инвестиций в центральном Китае (провинциях Хубэй, Хунань, Цзянси, Хэнань, Аньхой, Шаньси).

График 4.

**Динамика прямых инвестиций японских компаний
в отдельных регионах Китая (1995-2011 гг.)**



Источник: Кавару тайтоу тёкусэцу тоси-но тёрю то тоси юин (Меняющиеся тенденции прямых иностранных инвестиций в Китае и мотивы инвестирования). Экономический обзор банка «Токуо Mitsubishi UFJ» NO. 2012-11 от 20 июня 2012 г. С. 5

URL: http://www.bk.mufg.jp/report/ecorevi2012/review_0120120620.pdf (дата обращения 03.2013).

В то же время с 2008 г. замедлился рост японских инвестиций в южном Китае, традиционно специализировавшемся на трудоемких производствах (провинции Гуандун и Гуанси в бассейне р. Чжуцзян). Бассейн р. Чжуцзян перестал быть ведущим направлением японских капиталовложений еще в 2002-2003 гг., когда его впервые превзошли по объемам японских инвестиций район дельты р. Янцзы (Шанхай, провинции Цзянсу и Чжэцзян) и район Бохайского залива (города Пекин и Тяньцзинь, провинции Хэбэй, Ляонин, Шаньдун). Привлекательность этих двух регионов связана с тем, что они сочетают в себе удобную производственную инфраструктуру (транспортные сети, кластеры заводов и фабрик, относительно недорогую и достаточно квалифицированную рабочую силу) с огромным потенциалом внутреннего рынка. Примечательно, что стремительный рост инвестиций в районе дельты р. Янцзы и районе Бохайского залива начался сразу после присоединения Китая к ВТО – по всей видимости, за счет расширения

деятельности японских предприятий в сфере услуг. Эти районы являются главным направлением японских прямых инвестиций и в последние годы.

Об основных направлениях деятельности японских компаний в отдельных городах и провинциях Китая можно судить по ежегодным отчетам китайского офиса организации «Джетро», доступным на ее сайте начиная с 2005 г.¹⁰⁸

Что касается отраслевой структуры инвестиций, то в крупных городах КНР (в первую очередь в городах центрального подчинения – Пекине, Тяньцзине, Шанхае и Чунцине, а также в Даляне, Циндао и Сиане) особенно заметно расширение деятельности японских компаний в сфере услуг.

Это соответствует общим тенденциям изменения региональной отраслевой структуры прямых иностранных инвестиций в КНР. В большинстве крупных городов страны сервисные отрасли на рубеже XX-XXI вв. стали самым динамично развивающимся сектором и уже на протяжении нескольких лет получают более половины иностранных капиталовложений. Согласно доступным нам данным, в 2005 г. в городах Пекин и Шанхай в сфере услуг было осуществлено 65,5% и 52,9% прямых иностранных инвестиций соответственно; в Тяньцзине в 2007 г. в сферу услуг было вложено 58% иностранного предпринимательского капитала; в г. Далянь иностранные инвестиции в сферу услуг впервые превзошли капиталовложения в обрабатывающую промышленность в 2008 г., составив 51,6%; в этом же году в сферу услуг г. Чунцин было вложено уже 67,5% прямых иностранных инвестиций; в г. Сиань прямые иностранные инвестиции в сферу услуг впервые превысили капиталовложения в остальные отрасли в 2011 г., составив 50,2%.

Как и другие иностранные инвесторы, все больше ориентируются на сферу услуг в крупных городах КНР и японские компании, расширяя свою деятельность в самых различных ее секторах. Особенно заметна их

¹⁰⁸ По данным сайта организации «Джетро». URL: <http://www.jetro.go.jp/china/data/trade/> (дата обращения: 08.03.2013). Нижеследующее описание тенденций изменения региональной отраслевой структуры прямых японских инвестиций в КНР является результатом обобщения данных отчетов «Джетро» за разные годы.

активность в оптовой и розничной торговле, ресторанном бизнесе, банковском деле и страховании. Все более актуальным для японских инвесторов становится консалтинг (в том числе касающийся управления предприятием, инвестиционной стратегии, анализа рынка, контроля качества, технологических аспектов организации производства и т.п.). Важным направлением вложений для японских инвесторов в последнее время стал сектор информационных технологий; активизируется их деятельность в логистике, рекламе и лизинге. Интересно отметить, что удорожание китайской рабочей силы заставляет иностранные компании, в том числе японские, расширять производство и продажу роботов и предлагать все больше консалтинговых услуг по автоматизации производства и обслуживанию автоматических линий (в частности, активность японских компаний в этой сфере была отмечена в последние годы в Шанхае).

Несмотря на преобладание инвестиций в сферу услуг, определенная часть японского предпринимательского капитала вкладывается в крупных городах КНР и в обрабатывающую промышленность, хотя ее значение постепенно снижается. Так, например, в Тяньцзине и Даляне в последние два года расширяется деятельность японских предприятий, производящих детали и компоненты для автомобилей, и планируются новые инвестиции в станкостроении (однако это преимущественно дополнительное финансирование старых проектов, а не реализация новых).

Тем не менее, если не считать крупных городов КНР, в целом, как в южных, так и в северо-восточных и восточных провинциях страны больший вес по-прежнему имеет обрабатывающая промышленность. По мере повышения издержек в южной части Китая, ориентированные на производственную деятельность иностранные инвесторы обращают все больше внимания на северо-восточный регион, где рабочая сила все еще сохраняет свои ценовые конкурентные преимущества.

В расположенных вдоль восточного побережья Китая провинциях Ляонин, Хэбэй, Шаньдун, Цзянсу, Чжэцзян, Фуцзянь и Гуандун расширяют

свою деятельность японские производственные предприятия различного профиля: от тяжелой до легкой промышленности, от производства готовой продукции до изготовления необходимых для производственного процесса деталей и компонентов. При этом обращает на себя внимание сочетание у многих из оперирующих в регионе компаний производственной деятельности со сбытовыми функциями.

В вышеназванных провинциях функционирует также большое число сетевых ресторанов и магазинов с постоянно расширяющимися сетями; в них широко представлены японские финансовые учреждения, оптовые, розничные, транспортные и строительные компании, а также IT-компании, консалтинговые фирмы, исследовательские центры и другие организации, выполняющие поддерживающие функции и необходимые для полноценной деятельности предприятий в регионе. Такая разносторонняя активность отражает комплексный подход японских компаний к освоению восточно-китайского побережья.

Примечательно, что именно Шанхай, расположенный на границе между провинциями Цзянсу и Чжэцзян и одинаково удаленный от северо-восточного и юго-восточного центров активности иностранных предприятий, занял в 2011 г. первое место в Китае по количеству открываемых региональных штаб-квартир корпораций. В этом году в Шанхае было открыто 48 региональных штаб-квартир, из них 12 японских. С 2008 г. мэрия города ввела специальные меры финансового поощрения для иностранных корпораций, желающих интегрировать в Шанхае функции контроля своих зарубежных филиалов. С тех пор иностранные предприятия, в том числе японские, все более активно используют Шанхай как центр координации своей транснациональной деятельности не только в Китае, но и во всем Азиатско-тихоокеанском регионе.

В то же время, отчеты «Джетро» свидетельствуют о постепенной переориентации японских компаний на внутренние регионы Китая. Так, с 2010 г. в них появились разделы, посвященные центрально-китайской

провинции Хубэй и расположенным в западной части КНР провинциям Шэньси и Сычуань с их центральными городами Сиань и Чунцин.

В центральном Китае присутствие японского капитала особенно заметно в провинции Хубэй, причем многие японские предприятия рассматривают ее как отправную точку для дальнейшего продвижения вглубь страны. Так, автомобильные компании «Nissan» и «Honda» базируются в центральном городе провинции Хубэй Ухань (здесь находится головной офис их китайского партнера «Dongfeng Motor Corporation», с которым в 2003 г. обе компании основали совместные предприятия). Предвидя стремительный рост спроса на автомобили, «Nissan» и «Honda» расширяют свои заводские площади как в провинции Хубэй, так и в расположенных неподалеку от нее провинциях Хэнань, Цзянсу и Гуандун. Параллельно, чтобы удовлетворить растущие потребности своих головных фирм в деталях и компонентах для производства, в провинции Хубэй инвестируют и их японские субподрядчики. Новые заводы и торговые филиалы открыли здесь в 2010-2012 гг. компании «Nifco Inc.», «Yorozu Corporation», «Bridgestone Corporation», «Topre Corporation» и «Hooyo Group» – известные производители деталей и шин для автомобилей. Ожидается, что в ближайшие годы в регион придут новые японские компании этой отрасли.

Помимо этого, в 2011 г. в г. Ухань впервые пришли крупные японские ритейлеры одежды «Muji» и «Uniqlo»; подписал с администрацией города соглашение об открытии сети торговых центров крупнейший японский торговый холдинг «Aeon Group»; появились новые японские кафе и рестораны, которые уже имеют обширную сеть как в Японии, так и за ее пределами и планируют ее дальнейшее расширение.

Что касается других центральных, а также западных провинций Китая, то там японский предпринимательский капитал представлен пока в меньших масштабах, чем другие иностранные инвестиции. Возможно, это связано с тем, что японские компании придерживаются более осторожного и осмотрительного подхода к освоению новых рынков и территорий.

В западном Китае присутствие японского капитала особенно заметно в провинции Сычуань. Здесь в рамках политики «освоения Запада» в 1990-2000-е гг. было создано несколько зон развития высоких технологий. Это привлекло в провинцию ряд японских компаний соответствующего профиля. Расширяют здесь свою деятельность предприятия группы «Mitsui» (банк и торговая компания), а также ряд японских электротехнических и машиностроительных предприятий; с начала 2012 г. активизировалась деятельность предприятий оптовой и розничной торговли, в том числе в сфере реализации продуктов питания.

Таким образом, японские компании проявляют все больший интерес к центральному и западному Китаю. К этому их подталкивает повышение издержек производства, растущая конкуренция и постепенное насыщение рынка в южных и восточных провинциях. Можно ожидать, что по мере развития инфраструктуры и повышения уровня жизни населения в центральных районах КНР, а также при наличии соответствующих стимулов со стороны китайского правительства японский предпринимательский капитал, как и другие прямые иностранные инвестиции, будет продвигаться все дальше вглубь страны. Однако этот процесс, по всей видимости, будет происходить не быстро, и довольно долгое время территориальное распределение японского капитала будет сохранять свою специфику, а именно – ориентацию на северо-восточные, восточные и южные провинции.

1.4 Организационные формы

Формы делового присутствия иностранных компаний в КНР довольно многообразны. Для ознакомления с китайским рынком, налаживания связей и планирования дальнейшей стратегии ведения бизнеса есть возможность открытия в стране представительства. Однако будучи частью зарубежной головной компании, представительство не является отдельным юридическим лицом, и имеет право на ведение лишь ограниченной коммерческой

деятельности на территории КНР. То же самое относится и к отделениям иностранных компаний¹⁰⁹.

Благодаря открывшимся в результате либерализации инвестиционного режима возможностям, а также ввиду того, что в настоящее время китайский рынок изучен значительно лучше, чем раньше, все большее число иностранных компаний предпочитают выходить на него посредством прямых инвестиций. Китайское законодательство допускает такие основные формы прямых иностранных инвестиций, как 1) паевые совместные предприятия (СП); 2) контрактные СП; 3) предприятия, находящиеся в полной иностранной собственности; 4) акционерные компании с иностранным капиталом и 5) совместная разработка (*природных ресурсов*). В отличие от остальных форм присутствия, предприятия данных организационных форм являются юридическими лицами на территории КНР и имеют общее название «филиалов иностранных компаний»¹¹⁰.

Практически все вышеупомянутые формы прямых инвестиций (хотя и с ограничениями по регионам и отраслям) были доступны иностранным компаниям уже на начальном этапе политики «реформ и открытости», и только возможность создания акционерных компаний с иностранным капиталом появилась сравнительно недавно¹¹¹. Такие компании стали включаться в китайскую статистику после 1997 г., однако незрелость китайского фондового рынка и бóльшая привлекательность других форм инвестирования пока не позволили им получить широкого распространения¹¹². Сравнительно мало иностранных инвестиций было вложено и в совместную разработку месторождений природных ресурсов (а

¹⁰⁹ При этом нельзя недооценивать роль представительств и отделений крупных иностранных компаний в Китае, в особенности, транснациональных корпораций, в координации бизнеса и оптимизации распределения функций управления. Все японские универсальные торговые компании «сого сёса» имеют представительства и отделения в нескольких ключевых городах КНР для осуществления контроля из Японии над обширной сетью своих китайских предприятий.

¹¹⁰ В японской статистике данные о японских компаниях в КНР даются, как правило, именно по филиалам.

¹¹¹ Предпосылками для этого стали акционирование госпредприятий в рамках реформы госсектора КНР и начало формирования фондового рынка в стране.

¹¹² В 2012 г. на акционерные компании с иностранным капиталом приходилось всего 1,4% прямых иностранных инвестиций.

после 2005 г. – не зафиксировано ни одного совместного проекта)¹¹³. Поэтому наибольший интерес из вышеуказанной группы для нас будут представлять паевые СП, контрактные СП и предприятия, находящиеся в полной иностранной собственности.

Решение о выборе той или иной формы инвестирования принимается иностранной компанией с учетом положений последней редакции «Индустриального каталога по иностранным инвестициям» (где, как мы отмечали, устанавливаются допустимые рамки иностранного присутствия для отдельных отраслей), а также преимуществ и особенностей различных организационных форм ведения бизнеса. Остановимся на преимуществах и особенностях интересующих нас форм предприятий подробнее.

Паевое СП. Эта форма делового присутствия подразумевает совместное управление предприятием при разделении сторонами прибыли и рисков/убытков пропорционально их вкладу (который может быть сделан как в финансовой форме, так и в форме передачи интеллектуальной собственности, предоставления машин, оборудования или других нефинансовых активов). Вклад иностранного инвестора должен быть не менее 25%. Управление предприятием осуществляется советом директоров, состав которого пропорционален участию сторон и определяется самими инвесторами. С 1999 г., в соответствии с принятыми поправками, председателем совета директоров паевого СП может быть и иностранец. Паевое СП считается наиболее регулируемой, но в то же время наиболее стабильной и безопасной для инвестора формой иностранного делового присутствия¹¹⁴.

Контрактное СП отличается от паевого СП тем, что функционирует на договорной основе и потому предоставляет сторонам большую свободу в отношении величины их вклада в деятельность предприятия, разделения рисков и прибыли, а также других организационных моментов. Как и в

¹¹³ Это связано с неоправдавшимися прогнозами по запасам ряда месторождений и трудностью доступа иностранных компаний в добывающую промышленность КНР.

¹¹⁴ The China Business Handbook 2011. Shenzhen: ACA Publishing Ltd., 2011. P. 72.

паевом СП, вклад может иметь либо финансовую, либо нефинансовую форму, но четкого требования к долям участия сторон законодательством не установлено. В контрактных СП иностранным инвестором может быть внесен весь необходимый для учреждения предприятия капитал в обмен на «условия сотрудничества» с китайской стороны (например, предоставление каналов доступа на рынок). На предприятиях этого типа китайская сторона может даже пойти на предоставление иностранному партнеру возможности получать большую долю прибыли на начальном этапе сотрудничества, чтобы облегчить ему адаптацию к новым условиям. Контрактные СП особенно популярны среди иностранных малых и средних предприятий, финансовые возможности которых ограничены. Они также удобны для первоначального ознакомления с китайской деловой средой¹¹⁵.

Предприятие, находящееся в полной иностранной собственности – форма делового присутствия, которая предоставляет иностранному инвестору наибольшую свободу для маневра и защищает его от возможного недобросовестного поведения китайского партнера. С либерализацией инвестиционного режима популярность предприятий этого типа заметно возросла. Однако размеры таких предприятий и требуемые объемы капиталовложений подразумевают, что их создают по большей части крупные иностранные компании, а не малые и средние фирмы. Помимо высоких затрат на открытие дела, предприятия со 100% иностранным капиталом отличаются тем, что будучи автономными юридическими лицами, находятся под более пристальным надзором властей¹¹⁶.

На протяжении последних десятилетий в разное время иностранные инвесторы предпочитали различные формы делового присутствия, что было во многом связано с этапами либерализации. В китайской статистике отражены соответствующие изменения в распределении количества инвестиционных проектов по трем основным формам инвестирования (см.

¹¹⁵ John F. Cassidy. Japanese Direct Investment in China: Locational Determinants and Characteristics. New York & London: Routledge, 2002. P.45.

¹¹⁶ Ibid.

табл. 15). Если в 1985 г. предпочитаемой формой делового присутствия были контрактные СП, которые предполагают бóльшую гибкость условий сотрудничества, то со временем, когда иностранные компании начали лучше ориентироваться в китайской деловой среде, они стали все чаще выбирать паевые СП с более четко установленными условиями кооперации. В последнее же десятилетие в связи с беспрецедентной либерализацией подавляющее большинство иностранных компаний отдают предпочтение такой форме, как предприятия, находящиеся в полной иностранной собственности, которые предоставляют им максимальную свободу деятельности.

Таблица 15.

Распределение количества инвестиционных проектов по трем основным формам прямых иностранных инвестиций в КНР (%)

	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012
Паевые СП	45,9	56,2	55,3	38,0	23,8	18,1	18,1	17,5
Контрактные СП	52,4	18,1	12,9	7,8	2,6	1,1	1,0	0,7
Предприятия, находящиеся в полной иностранной собственности	1,5	25,6	31,8	54,1	73,4	80,6	80,8	81,7
Прочие	0,2	0,1	0	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1

По данным Китайского статистического ежегодника («Чжунго тунци няньцзянь») за разные годы.

Однако доля японских предприятий, выбирающих при инвестировании форму полной собственности, оказывается меньше, чем в среднем по иностранным компаниям, оперирующим в Китае, особенно в промышленности (см. табл. 16). Такую ситуацию можно объяснить значительной ролью малых и средних фирм в развитии предпринимательской деятельности японских компаний в Китае и тем, что в силу свойственного японскому бизнесу стремления избегать чрезмерного риска немало предприятий предпочитают заручиться поддержкой китайского или другого иностранного партнера¹¹⁷.

¹¹⁷ При сравнении данных таблиц 15 и 16 необходимо делать поправку на то, что владение менее 100% капитала в японской статистике может подразумевать участие в оставшейся доле других неазиатских партнеров, и тогда по китайским критериям такое предприятие будет считаться не СП, а предприятием полной иностранной собственности (ввиду отсутствия в нем китайского капитала). Хотя недоступность

Таблица 16.

**Распределение японских предприятий в КНР
по доле собственности в разные годы (%)**

	2001	2003	2005	2007	2009	2011
Владение 100% капитала	46,5	52,8	56,7	61,7	65,9	68,6
Владение менее 100% капитала	53,5	47,0	42,5	37,3	33,8	31,1
Доля предприятий полной собственности в промышленности	37,6	45,3	50,0	55,5	59,0	61,2

По данным ежегодного Обследования зарубежной деятельности японских предприятий («Кайгай дзигё кацудо кихон тёса») МЭТП Японии за разные годы.

URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html> (дата обращения 27.06.2013).

Сумма долей может не составлять 100% из-за того, что для части компаний структура собственности неизвестна.

Что касается территориального распределения рассматриваемых форм инвестирования, то побережье КНР отличается более высокой долей японских предприятий, находящихся в полной иностранной собственности, чем СП, что характерно для ситуации и по иностранным инвестициям в Китае в целом. Очевидно, что предприятия, находящиеся в полной иностранной собственности, преобладают там, где реформы проводились наиболее активно – в специальных экономических зонах и так называемых «открытых» городах юго-восточного побережья (см. табл. 17).

Таблица 17.

Распределение различных форм предприятий с иностранным и японским капиталом по регионам КНР в 2013 г. (%)

Регион*	Виды предприятий	Предприятия с иностранным капиталом	Предприятия с японским капиталом
Восточный регион	Паевые СП	39,6	45,2
	Контрактные СП	6,6	6,5
	Предприятия полной иностранной собственности	52,1	47,2
	Акционерные компании с иностранным капиталом	1,6	1,1
Центральный регион	Паевые СП	61,3	66,2
	Контрактные СП	6,7	5,9

детальной статистики не позволяет сделать более точную классификацию, мы исходим из того, что доля японских предприятий полной собственности в конечном итоге все равно окажется меньше, чем доля предприятий полной собственности с другим иностранным капиталом. Это предположение подтверждается данными таблицы 17.

	Предприятия полной иностранной собственности	29,7	25,3
	Акционерные компании с иностранным капиталом	2,3	2,6
Западный регион	Паевые СП	61,9	65,2
	Контрактные СП	7,1	6,0
	Предприятия полной иностранной собственности	27,4	24,1
	Акционерные компании с иностранным капиталом	3,5	4,7

Рассчитано по базе данных China Economic Net (URL: <http://www.ceie.com.cn>): действующие на территории КНР предприятия по состоянию на июнь 2013 г.

*Восточный регион: г. Пекин, г. Тяньцзинь, г. Шанхай, провинции Хэбэй, Ляонин, Цзянсу, Чжэцзян, Фуцзянь, Шаньдун, Гуандун, Хайнань. Центральный регион: провинции Шаньси, Цзилинь, Хэйлунцзян, Аньхой, Цзянси, Хэнань, Хубэй, Хунань. Западный регион: Внутренняя Монголия, г. Чунцин, провинции Гуанси, Сычуань, Гуйчжоу, Юньнань, Шэньси, Ганьсу, Цинхай, Нинся-хуэйский автономный район, Синьцзян-уйгурский автономный район, Тибет.

Среди предприятий с японским капиталом в КНР стоит особо отметить те, которые были образованы посредством так называемых «прямых инвестиций с использованием тайваньских компаний» (эта форма инвестирования имеет устоявшееся японское название «Тайван кацуё-гата тайтю тоси») и «прямых инвестиций с использованием торговых компаний» («сёся кацуё-гата тайтю тоси»).

Осуществление в КНР прямых инвестиций через другие юрисдикции, в том числе Гонконг, Тайвань, Британские Виргинские острова и т.п. с целью налогового планирования, оптимизации управления зарубежными активами компании и усиления координации работы ее подразделений является распространенной международной практикой. Сложность таких схем инвестирования не позволяет привести точные статистические данные по источникам и направлениям движения иностранного предпринимательского капитала. Однако тот факт, что вышеназванные юрисдикции занимают три первых места по накопленным в КНР прямым иностранным инвестициям и то, что в них зарегистрировано довольно большое число иностранных компаний, косвенно свидетельствует о значительных масштабах этого явления.

Исторически сложившиеся тесные экономические связи Японии с Тайванем, продолжительное успешное сотрудничество японских и тайваньских предприятий, а также активное использование японской стороной поддержки со стороны своих тайваньских партнеров при выходе на рынок КНР и своеобразие применяемых при этом стратегий (данная тема будет подробнее освещена в третьей главе) позволяют говорить о том, что отмеченная нами форма инвестирования – это специфическое явление, свойственное именно предпринимательской деятельности японских компаний в Китае.

Следует отметить, что до 2002 г. тайваньские компании не могли осуществлять капиталовложения в КНР напрямую, и даже сейчас, после либерализации инвестиционного режима, потоки предпринимательского капитала из Тайваня в континентальный Китай по-прежнему часто проходят через третьи юрисдикции. В связи с этим статистический учет осуществляемых через Тайвань японских инвестиций довольно сложен. Одно из немногих фундаментальных исследований японских «прямых инвестиций с использованием тайваньских компаний», проведенное Институтом «Мидзухо», позволило выявить по крайней мере 415 таких случаев инвестирования в период с 1989 по 2009 г., причем в 2000-е гг. их количество удвоилось. По оценкам Института «Мидзухо», по состоянию на 2009 г. число образованных посредством «прямых инвестиций с использованием тайваньских компаний» предприятий составляло более 8% от общего количества действующих на тот момент в КНР предприятий с японским капиталом¹¹⁸.

Исследование Института «Мидзухо» показало также, что инвестиции через Тайвань направляются в основном в такие отрасли, как электромашиностроение, общее машиностроение, автомобилестроение, производство деталей и компонентов для этих отраслей, химическая,

¹¹⁸ Тайнити кёрёку-но юисэй то тэмбо (Преимущества и перспективы тайваньско-японского сотрудничества). Материалы семинара Исследовательского института «Мидзухо» от 22.07.2009.

пищевая, текстильная промышленность и металлургия. Представление об основных формах инвестирования японских компаний в китайскую экономику через Тайвань дают материалы табл. 18.

Таблица 18.

Основные формы осуществления японских прямых инвестиций в КНР через Тайвань

Источник капитала	Японско-тайваньское СП на Тайване	Японская дочерняя компания на Тайване
Форма делового присутствия в КНР	Японско-тайваньское СП	Предприятие полной японской собственности
	Японско-тайваньское СП с китайским капиталом	
	Японско-тайваньское СП с капиталом третьей стороны*	Японско-китайское СП
	Японско-тайваньское СП с китайским капиталом и капиталом третьей страны	

Составлено по материалам: Кюдзо суру «Тайван кацуё-гата тайтю тоси». Тайтю тоси модэру тоситэ-но юкосэй (Стремительный рост «прямых инвестиций с применением тайваньских компаний» и их эффективность как модели инвестирования в Китае). Отчет Исследовательского института «Мидзухо» от 30.07.2004. С. 5.

*Под третьей стороной понимается любой источник инвестирования, кроме Японии, Тайваня и КНР.

Следует отметить, что широкие возможности для включения Тайваня в систему региональных экономических связей открылись перед японскими компаниями именно в последнее десятилетие. Среди произошедших за это время значимых событий – разрешение в 2002 г. тайваньским компаниям осуществлять инвестиции в континентальном Китае напрямую; экономическое сближение двух берегов Тайваньского пролива после прихода к власти нового тайваньского президента Ма Инцзю, в особенности – подписание двумя сторонами в 2010 г. Рамочного соглашения об экономической кооперации, либерализовавшего двустороннюю торговлю и инвестиции; наконец, последовавшее за этим подписание Тайванем и Японией двустороннего Соглашения об инвестициях (сентябрь 2011 г.), которое существенно расширило возможности предпринимательства японских компаний на Тайване, обеспечило защиту японского предпринимательского капитала и либерализацию его потоков. По-видимому,

в связи с этими переменами можно ожидать дальнейшего повышения роли Тайваня в расширении деятельности японских компаний в КНР по линии торговли и инвестиций.

Вторая специфическая форма инвестирования – капиталовложения, осуществляемые совместно с универсальными торговыми компаниями «сого сёся». Как правило, в результате образуется СП со смешанным японским капиталом – с одной стороны, и с китайским капиталом – с другой.

«Сого сёся» – уникальное явление в экономике Японии, которое отражает склонность японского бизнеса к группизму. Универсальные торговые компании существуют в рамках горизонтальных объединений «кигё сюдан» и выполняют три основные функции: торговую, финансовую и информационную. Обладая широкими связями и большой финансовой мощностью, «сого сёся» играют неоценимую роль в обеспечении жизненно важных для предприятий группы аспектов их экономической деятельности.

Неудивительно поэтому, что многие японские компании стремились заручиться поддержкой «сого сёся» при первичном инвестировании за рубежом. «Сого сёся», в свою очередь, также стремились выйти на новый рынок вместе с японскими производителями, обеспечив себе тем самым надежное поле для посреднической торговой деятельности.

Интересно, что более 70% случаев совместного инвестирования японских промышленных предприятий с «сого сёся» было зарегистрировано именно в Азии, а особенно заметный их рост наблюдался в конце 1980-х и в 90-е гг. в связи с нарастанием инвестиционной активности в Китае¹¹⁹.

Согласно проведенным исследованиям, в 80-е гг. бóльшая часть случаев участия торговых компаний в совместном инвестировании наблюдалась при открытии в КНР филиалов японских малых и средних фирм. Функции «сого сёся» ограничивались тогда предоставлением им

¹¹⁹ Го Сычжи. Сёся санка-гата-но кайгай тоси: Тюгоку-э-но сёся санка-гата синсюцу-о тюсин-ни 1979-2000 гг. (Прямые зарубежные инвестиции с использованием торговых компаний: на примере инвестирования с участием торговых компаний в Китае в 1979-2000 гг.) // «Тэйкё кэйдзайгаку кэнкю» (Научное общество Университета Тэйкё). Т. 42, №2., 2008. С. 130.

необходимого капитала и информационной поддержки. В 90-е же годы, когда инвестиционные проекты стали более масштабными, усложнились и организационные структуры, создаваемые с участием «сого сёся». Так, например, одна из крупнейших универсальных торговых компаний «Mitsui Bussan» осуществила в Китае совместные инвестиции с несколькими предприятиями группы «Mitsui» из разных промышленных отраслей (среди них металлургия, химия, электромашиностроение, текстильная промышленность). Аналогичным образом «Mitsubishi Shoji» стала партнером по инвестициям в Китае для ряда своих крупных поставщиков и покупателей из Японии, а «Marubeni» учредила несколько дочерних компаний со своими давними партнерами – компаниями пищевой промышленности, текстильной промышленности и сферы реализации¹²⁰.

Из Обзора зарубежной деятельности японских предприятий («Кайгай синсюцу кигё соран») за 2000 г. известно, что за двадцать пореформенных лет в КНР было зарегистрировано 566 японских предприятий с участием капитала торговых компаний (это соответствует одной пятой всех зарегистрированных за этот период предприятий). По-видимому, пик активности данной формы инвестирования пришелся на первое пореформенное десятилетие. Если до 1990 г. средняя доля инвестиционных контрактов с участием капитала «сого сёся» составляла 34,3%, то в период с 1990 г. по 2000 г. она уменьшилась до 24,6%¹²¹.

По всей видимости, на более поздних этапах продвижения японского предпринимательского капитала в Китай поддержка «сого сёся» уже не требовалась в таком объеме, как прежде. Японские компании изучили рынок страны, масштабы их инвестиционных проектов увеличились, и они стали сами формировать необходимую для своей деятельности сеть поставщиков и покупателей. На современном этапе японские «сого сёся» также действуют в

¹²⁰ Го Сычжи. Указ. соч. С. 134-137.

¹²¹ Там же. С. 132, 134.

КНР самостоятельно, активно инвестируя в самые разные сферы – от промышленного производства до создания сбытовых сетей¹²².

Помимо прямых инвестиций, особого упоминания, на наш взгляд, заслуживает такая форма деятельности иностранных компаний в КНР, как заключение с китайскими заводами и фабриками субподрядных соглашений на изготовление продукции¹²³. Такого рода сотрудничество классифицировано в китайской статистике как «обработка и сборка» и отнесено к группе «других», т.е. непрямых иностранных инвестиций (наряду с эмиссией ценных бумаг в иностранной валюте, международным лизингом и компенсационной торговлей). При этом с тех пор, как «обработка и сборка» вытеснила в середине 1990-х гг. теряющую свое значение компенсационную торговлю, она до настоящего времени остается ведущим направлением иностранных капиталовложений в данной группе, хотя за последние годы ее доля несколько снизилась. Так, в 2000 г. в «обработку и сборку» было вложено 96,6%, в 2005 г. – 91,8%, а в 2012 г. – 47,9% «других иностранных инвестиций», что в финансовом выражении эквивалентно, соответственно, 1,3 млрд., 3,2 млрд. и 0,8 млрд. долл.¹²⁴

Популярность такой формы, как «обработка и сборка», связана с более простой, чем в случае прямых инвестиций, процедурой заключения соглашения с китайским предприятием, отсутствием необходимости крупных финансовых вложений, сравнительной легкостью прекращения сотрудничества. Часто заключение контрактов на обработку и сборку – это способ ознакомления иностранной компании с китайской деловой средой и изучения потенциальных партнеров для дальнейшего расширения

¹²² Хитомэ дэ вакару Туюку синсюцу кигё тидзу: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012. С. 50-67.

¹²³ Здесь мы будем иметь в виду географическое расположение предприятий, т.е. их нахождение на территории Китая. По форме собственности они могут быть как полностью китайскими, так и иметь в своем составе тайваньский, японский или западный капитал, или же находиться в полной собственности некитайского инвестора. В целях повышения качества продукции иностранные, в том числе японские, предприятия часто предпочитают размещать заказы на расположенных в КНР, но находящихся в некитайской собственности заводах и фабриках.

¹²⁴ По данным правительственного сайта КНР по прямым иностранным инвестициям (URL: <http://www.fdi.gov.cn/>).

предпринимательской деятельности в КНР – возможно, создания собственного предприятия или СП. Выполняя эту важную функцию и являясь неотъемлемой дополняющей частью глобальных производственных процессов, сотрудничество иностранных предприятий с китайскими по линии обработки и сборки продукции – это, несомненно, одна из наиболее значимых форм их непрямого делового присутствия в КНР.

В Китае существует бесчисленное множество заводов и фабрик – как крупных и всемирно известных, так и среднего и малого масштаба (часто это семейные фирмы). Формы сотрудничества с ними отличаются большой гибкостью и многообразием. Продукция может быть изготовлена как полностью под заказ, на основе предоставленных заказчиком образцов и спецификации, так и разработана китайским предприятием «с нуля» и предложена заказчику в качестве принципиально нового продукта. Функции китайской стороны, таким образом, могут выходить далеко за рамки производства и включать в себя также дизайн, проектирование изделия и другие сопутствующие услуги. В зависимости от договоренности заказчик может снабжать производителя сырьем, необходимыми деталями и компонентами и даже оборудованием и технологиями, но все эти функции может брать на себя и китайское предприятие.

Первоначально большая часть услуг по обработке и сборке предоставлялась в сфере простых, технологически несложных производств, прежде всего – в текстильной промышленности, однако уже к середине 1990-х гг. технический уровень производства китайских предприятий заметно повысился, равно как и уровень требований размещаемых на них иностранных заказов. В электромашиностроении, например, получили распространение так называемые контракты OEM (Original Equipment Manufacturing) и ODM (Original Design Manufacturing), по которым расположенный в КНР завод (большая часть таких заводов принадлежит тайваньским компаниям) изготавливает высокотехнологичное электронное оборудование на заказ, а в случае ODM – занимается также его дизайном и

разработкой. Именно в этот период КНР стала одним из крупнейших в мире экспортеров продукции машиностроения и прежде всего – электроники.

Потребности национальной промышленности предопределили повышение интереса японских промышленных компаний к производственным возможностям КНР. Контракты на обработку и сборку стали заключаться с китайскими заводами и фабриками компаниями самых разных отраслей японской промышленности, причем такая форма сотрудничества стала использоваться как для поставок готовой продукции, так и для обеспечения потребностей в деталях и компонентах предприятий, расположенных в Японии, КНР и других странах Азии.

В текстильной промышленности классическим примером сотрудничества по контракту OEM является компания «Uniqlo Co., Ltd.». По состоянию на апрель 2013 г. эта компания имела долгосрочные соглашения с семьюдесятью фабриками, расположенными в странах Восточной и Юго-восточной Азии. При том, что 70% продукции «Uniqlo Co., Ltd.» шьется в Китае, ни одна из фабрик, выполняющих заказы компании, не находится в ее собственности¹²⁵. Однако несмотря на фактическое отсутствие прямых инвестиций, японская компания осуществляет довольно жесткий контроль над исполнителями заказов¹²⁶. В сфере производства бытовой электротехники услугами OEM-производителей активно пользуются в Китае японские компании «Nikon», «Casio» и «Panasonic». К услугам китайских заводов обращаются даже японские компании, оперирующие в пищевой промышленности (хотя в последние годы доверие к продуктам питания китайского производства заметно снизилось). Известно, например, что до инцидента с «отравленными китайскими пельменями» (2008 г.) заказы по обработке замороженных продуктов питания для японской пищевой компании «JT Foods Co., Ltd.» выполняли более десятка китайских

¹²⁵ По данным сайта компании «Fast Retailing».

URL:<http://www.fastretailing.com/eng/group/strategy/uniqlobusiness.html> (дата обращения: 01.07.2013).

¹²⁶ См. Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX – XXI веков. Дисс. на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007. С. 119-121.

предприятий¹²⁷. Сотрудничество с некоторыми из них продолжается до сих пор.

Формы делового присутствия японских компаний в Китае многообразны и не ограничиваются рассмотренными выше. Существует, например, такой перспективный, но не получивший пока широкого распространения в КНР вид предпринимательской деятельности, как франчайзинг¹²⁸. Кроме того, пришедшие в Китай западные ТНК, крупные японские корпорации и универсальные торговые компании «сого сёся» образуют и значительно более сложные, чем упомянутые выше организационные структуры, изучение которых выходит за рамки данной работы. Те же позиции, которые занимает к настоящему времени японский предпринимательский капитал в экономике КНР, были обеспечены, в первую очередь, рассмотренными в этом разделе формами делового присутствия.

§ 2. Позиции японских компаний в экономике КНР и ее отдельных отраслях

Как отмечалось выше, деятельность японских компаний в Китае была довольно активной еще на начальном этапе китайских реформ. По данным Министерства коммерции КНР, по накопленному в стране за 1983-1991 гг. объему прямых капиталовложений Япония уступала только Гонконгу (ее доля в общем объеме зарубежного предпринимательского капитала составила 13,4%). На протяжении трех последних десятилетий Япония

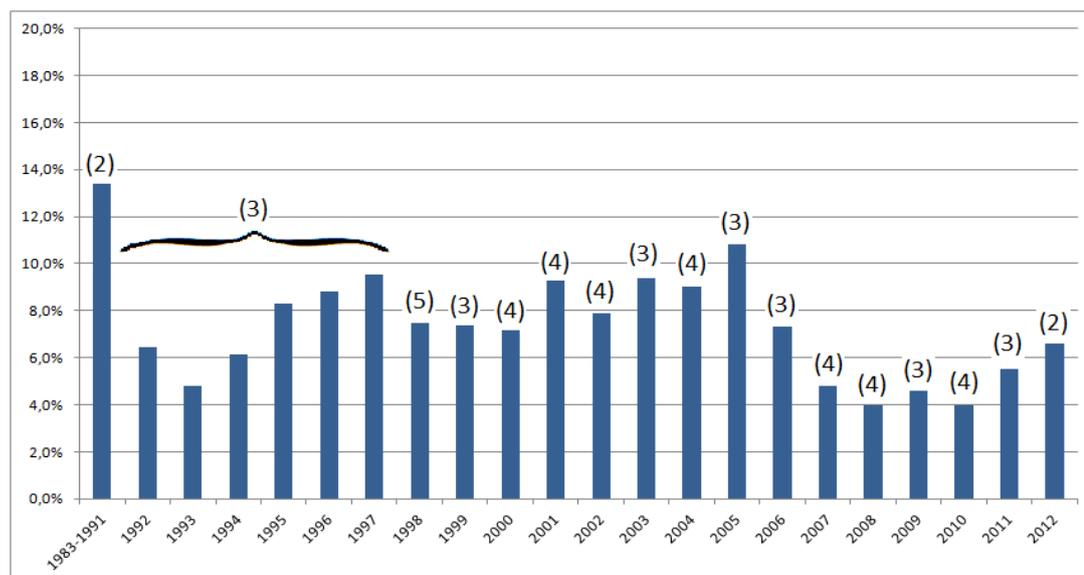
¹²⁷ Нихон табако сангё (JT) -га рэйто сёкухин-но туюоку кигё сэйсан итаку-о хайси (Компания JT прекращает размещение заказов на обработку замороженных продуктов питания в Китае). Материал газеты «Майнити». URL: <http://mainichi.jp/select/today/news/20080223k0000e040047000c.html> (дата обращения: 09.02.2008).

¹²⁸ Либерализация франчайзинговой деятельности иностранных компаний в КНР была произведена только во второй половине 2000-х гг.; тогда же было сформировано базовое законодательство в этой сфере. По данным Министерства коммерции КНР, на конец 2012 г. в КНР функционировало лишь 73 иностранных франчайзинговых сети (URL: <http://tfs.mofcom.gov.cn/article/c/h/201301/20130108511569.shtml> [дата обращения: 01. 07.2013]).

стабильно входит в первую четверку источников прямых иностранных инвестиций в Китае (за исключением 1998 г., когда она заняла 5 место), уступая Гонконгу, а также, в разные годы, Британским Виргинским островам (БВО), США, Республике Корея, Тайваню и Сингапуру¹²⁹ (см. диаграмму 1). Знаковым моментом стало то, что в 2003 г. Япония обогнала по объему вложенного в Китае предпринимательского капитала США – другого крупнейшего иностранного инвестора в этой стране. С тех пор японские прямые инвестиции ежегодно превышают американские, а в 2011-2012 гг. превосходили их уже более чем в 2 раза.

Диаграмма 1.

Доля прямых инвестиций японских компаний в ежегодном притоке иностранного предпринимательского капитала в экономику КНР (1983-2012 гг.)



По данным государственного сайта Министерства коммерции КНР (URL: <http://fdi.gov.cn>)
В скобках указано место Японии среди иностранных инвесторов.

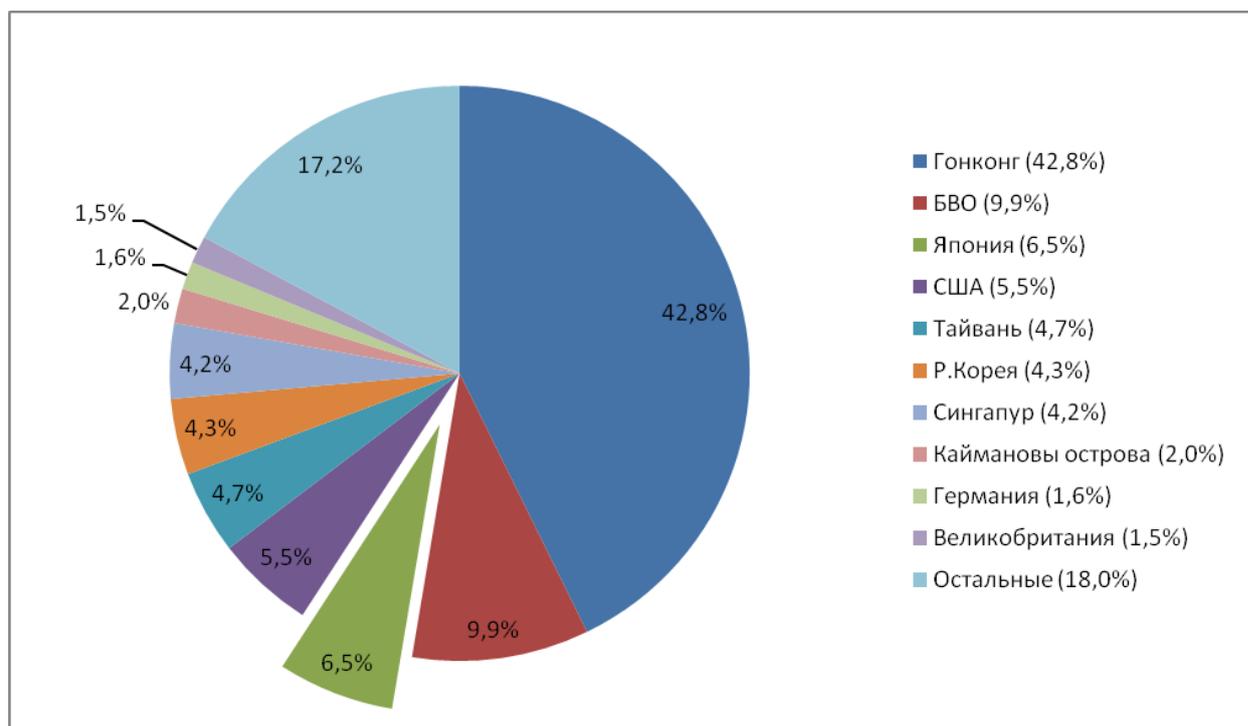
К концу 2011 г. в Китае было накоплено около 79,9 млрд. долл. японских прямых инвестиций. По этому показателю Япония занимает третье

¹²⁹ Статистика распределения источников иностранного капитала между странами и экономиками может быть не совсем точной, так как определенная (но не учитываемая в официальной статистике) часть прямых иностранных инвестиций проходит через БВО, Гонконг, Сингапур и Тайвань. Все это, тем не менее, несколько не умаляет значимости японских инвестиций для экономики КНР.

место после БВО (121,6 млрд. долл.) и Гонконга (526,7 млрд. долл.), являясь, по сути, крупнейшим иностранным инвестором в КНР (см. диаграмму 2).

Диаграмма 2.

Доля основных инвесторов в экономику Китая в накопленном объеме прямых инвестиций (на конец 2011 г.)



По данным государственного сайта Министерства коммерции КНР (URL: <http://fdi.gov.cn>)

Данные табл. 19 отражают позиции иностранных и японских компаний в экономике Китая по таким ключевым показателям, как объем выпуска, оптовые и розничные продажи на китайском рынке, экспорт, инвестиции в основной капитал, затраты на НИОКР в промышленности и др. Произведенные нами расчеты позволили дать количественную оценку той роли, которую играют компании с японскими инвестициями, а также компании с иностранными инвестициями в целом в формировании вышеупомянутых показателей, и проиллюстрировать тем самым их вклад в модернизацию китайской экономики и повышение уровня жизни китайского населения.

Таблица 19.

Позиции иностранных и японских компаний в экономике Китая¹ (2005-2011 гг.)

Общекитайские показатели		Позиции компаний с иностранным капиталом ²	Позиции китайских филиалов японских компаний	
Объем промышленного производства, трлн. долл.				
51,1 ³ (100%)		14,5 ³ (28,4%)	1,1 (2,2%)	
Объем выпуска в непромышленных отраслях, трлн. долл.				
18,6 (100%)		—	0,4 (2,3%)	
Оптовые и розничные продажи на китайском рынке, млрд. долл. (2006-2011)				
18102,4 (100%)		2137,1 (11,8%)	302,0 (1,7%)	
Экспорт, трлн. долл.				
9,1 (100%)		5,0 (55,4%)	0,5 (5,5%)	
Инвестиции в основной капитал, млрд. долл.				
18995,3 (100%)		1409,0 (7,4%)	44,0 (0,2%)	
Затраты на НИОКР в промышленности, млрд. долл. (2006-2011)				
315,4 ³ (100%)		82,8 ³ (26,3%)	2,4 (0,8%)	
Численность занятых, млн. чел. (2011)				
Численность занятых в народном хозяйстве		Численность занятых на китайских филиалах компаний с иностранным капиталом	Численность занятых на китайских филиалах японских компаний (включая японских сотрудников)	
764,2 (100%)		21,5 (2,8%)	1,6 (0,2%)	
Средний уровень заработной платы, юаней в месяц (2011)				
В обработ. пром.	Кит. сред.	Компании с капиталом Гонконга, Макао и Тайваня: 3195	В обработ. пром.	В необр. отраслях
3055	3483	С другим капиталом: 4072	Рабочий: 2119 Инженер: 3740 Менеджер: 6854	Служебный персонал: 4716 Менеджер: 10717

Рассчитано автором по: Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий), МЭТП Японии за разные годы; Чжунго тунци няньцзянь (Китайский статистический ежегодник) за разные годы; China Science and Technology Statistics (URL: <http://www.sts.org.cn/>); Дзай Адзиа-Осэаниа никкэй кигё кацудо дзиттай тёса (Обследование деятельности японских предприятий в Азии и Океании), «Джетро», 2012. Дата обращения к источникам: 07.2013. Для всех показателей, кроме численности занятых и уровней заработной платы, подсчитаны накопленные значения. Для компаний с иностранным капиталом и филиалов японских компаний в скобках указана их доля в общекитайских показателях. Данные по китайским филиалам японских компаний взяты из японской статистики; остальные показатели приведены по китайской статистике. Для сопоставимости все статистические данные переведены в доллары США по среднегодовым обменным курсам.

¹ Все показатели приведены только для континентального Китая (не вкл. Гонконг, Макао, Тайвань).

² Включая компании Гонконга, Макао и Тайваня, зарегистрированные в континентальном Китае, а также компании с японским капиталом.

³ Расчеты сделаны только по крупным и средним промышленным предприятиям.

Как показывают результаты расчетов, в период 2005-2011 гг. японские промышленные филиалы произвели продукцию, объем которой составил около 2% от совокупного производства китайской промышленности и почти 8% – от объема производства компаний с иностранным капиталом.

При этом структура производства японских промышленных филиалов в сравнении с другими иностранными компаниями и китайской экономикой в целом заметно смещена в сторону машиностроения (см. табл. 20). Наиболее сильные позиции они занимают в транспортном машиностроении и электромашиностроении. Действительно, за последние 20 лет в эти две отрасли было вложено около 30% всего объема японских прямых инвестиций (см. табл. 11), а доля этих отраслей в общем объеме выпуска расположенных в Китае японских промышленных предприятий за 2005-2011 гг. составила порядка 90%¹³⁰.

Таблица 20.

Отраслевая структура промышленного производства (2005-2011 гг.)

Отрасли	Все китайские предприятия ¹ (%)	Предприятия с иностранным капиталом ² (%)	Предприятия с японским капиталом (%)
Пищевая промышленность	6,2	7,6	3,9
Текстильная промышленность	6,1	7,9	1,8
Целлюлозно-бумажная промышленность	1,7	2,2	0,1
Химия и нефтехимия	17,4	14,2	5,5
Металлургия	17,0	8,8	5,0
Машиностроение	36,4	51,2	70,0
Прочие отрасли	15,2	8,0	13,7
Всего	100	99,9	100

Составлено автором по данным: Кайгай дзигэ кацудо кихон тэса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий), МЭТП Японии за разные годы (URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>); Чжунго тунцзи няньцзянь (Китайский статистический ежегодник) за разные годы (URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/j/>).

¹³⁰ Кайгай дзигэ кацудо кихон тэса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за разные годы. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>.

Данные по китайским филиалам японских компаний взяты из японской статистики; остальные показатели приведены по китайской статистике. Классификация отраслей промышленности в китайской и японской статистике не совпадает. Данные суммированы для приведения к сопоставимому виду.

¹ Все показатели приведены только для континентального Китая (не вкл. Гонконг, Макао, Тайвань).

² Включая компании Гонконга, Макао и Тайваня, зарегистрированные в континентальном Китае, а также компании с японским капиталом.

Что касается непромышленных отраслей, то здесь позиции японских филиалов наиболее сильны в оптовой и розничной торговле. Благодаря либерализации инвестиционного режима и огромному потенциалу китайского внутреннего рынка в настоящее время эти отрасли являются наиболее важным направлением деятельности японских компаний сферы услуг. На протяжении 2005-2011 гг. в торговлю ежегодно вкладывалось от 40 до 50% прямых инвестиций японских компаний, оперирующих в сфере услуг (см. табл. 11); при этом доходы от торговых операций обеспечили почти 90% их совокупных доходов¹³¹. За 2005-2011 гг. в общем объеме оптовых продаж компаний с иностранным капиталом доля японских филиалов составила, по нашим подсчетам, порядка 13%, а в общем объеме розничных продаж – порядка 4%. В суммарном же объеме оптовых и розничных продаж на китайском рынке доля японских филиалов составила около 2% (см. табл. 19).

Активизация деятельности японских компаний в оптовой и розничной торговле является отражением их переориентации на китайский внутренний рынок. В то же время Китай по-прежнему остается важнейшей производственной и экспортной базой Японии: за 2005-2011 гг. общий объем экспорта предприятий с японским капиталом достиг 0,5 трлн. долл., или около 10% суммарного экспорта всех иностранных компаний (см. табл. 19).

Следует отметить, что наряду с приращением производственного и экспортного потенциала Китая, деятельность японских компаний вносит заметный вклад и в модернизацию китайской промышленности благодаря довольно значительным инвестициям в основной капитал и существенным объемам вложений в научно-исследовательские и опытно-конструкторские

¹³¹ Там же.

работы (НИОКР). Так, за 2005-2011 гг. в основной капитал китайских филиалов японскими компаниями было инвестировано 44 млрд. долл., а в НИОКР – около 2,5 млрд. долл. (см. табл. 19).

Известно, что японские компании уделяют огромное внимание качеству продукции, а соответственно и техническому уровню производства. Это касается не только национальных японских предприятий, но и их зарубежных филиалов. На китайских филиалах регулярно осуществляется обновление производственных фондов, и в целом технический уровень производства достаточно высок. Так, по оценкам японских компаний, в конце 2000-х гг. технический уровень более чем 70% китайских филиалов был адекватен японскому¹³². Очевидно, что деятельность филиалов японских промышленных предприятий в определенной степени способствует повышению технического уровня и культуры производства на национальных китайских предприятиях, выполняющих заказы своих японских партнеров.

Помимо модернизации промышленности, инвестиции в основной капитал оказывают и косвенное положительное влияние на китайскую экономику, поскольку как известно, воздействуют на совокупный спрос благодаря эффекту мультипликатора.

Что касается исследований и разработок, то будучи неотъемлемой составляющей поддержания высокого технического уровня японских предприятий, они по праву занимают важное место в предпринимательской деятельности японских компаний в Китае. Инвестиции в НИОКР осуществляются не только в промышленности (где больше всего внимания уделяется машиностроению, химии и металлургии), но и в отраслях непромышленного сектора (в первую очередь это сфера связи и информации, а также ряд таких сервисных отраслей, как реклама, дизайн, обслуживание оборудования и др.)¹³³. Одной из последних тенденций стало

¹³² Приведено по монографии Лебедевой И.П. Глобализация японского промышленного производства. М.: Институт востоковедения РАН, 2012. С. 69.

¹³³ Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за разные годы URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>.

создание в Китае японских Центров научных исследований и разработок. Такие центры начали возникать с начала 2000-х гг., и к настоящему времени их насчитывается более десятка. Функционируют они как при машиностроительных производствах, так и в сфере изготовления продовольствия, косметики, текстильных изделий, продукции тонкой химии и т.д.¹³⁴, охватывая, таким образом, самые разные направления.

Наконец, следует отметить роль японских филиалов в расширении занятости и повышении уровня жизни китайского населения. В 2011 г. на филиалах японских компаний в Китае было занято около 1,5 млн. человек (см. табл. 19), и число занятых продолжает расти. При этом, как можно видеть из данных таблицы, по большинству позиций японские филиалы предлагают своим работникам заработную плату, которая превышает не только общекайтайские показатели, но и среднюю заработную плату на предприятиях с инвестициями Гонконга, Макао и Тайваня.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что японский предпринимательский капитал занимает заметные позиции в китайской экономике и играет немаловажную роль во внешне- и внутриэкономической деятельности оперирующих в стране компаний с иностранными инвестициями. Для более глубокого понимания места и роли японских компаний в экономике Китая целесообразно подробнее рассмотреть их деятельность в тех отраслях, где они занимают наиболее сильные позиции, а именно – в автомобилестроении, электромашиностроении и торговле, а также в таких относительно новых, но репрезентативных направлениях деятельности, как финансы и страхование.

¹³⁴ См. Лебедева И.П. Глобализация японского промышленного производства. М.: Институт востоковедения РАН, 2012. С. 182.

2.1 Автомобилестроение

За 1990-2011 гг. японские промышленные компании инвестировали в транспортное машиностроение КНР порядка 1,2 трлн. иен, или 20% всего капитала, вложенного ими за этот период в китайскую обрабатывающую промышленность (см. табл. 11). Деятельность японских компаний в сфере транспортного машиностроения представлена в первую очередь производством автомобилей и сопутствующих деталей и компонентов.

На волне начатой в 1980-е гг. государственной программы по возрождению китайского автомобилестроения и объявленной вскоре «Промышленной политики по развитию автомобилестроения КНР» (1994 г.) в эту отрасль пришло множество иностранных компаний, которые поспешили воспользоваться появившимися возможностями инвестирования и получить свою часть огромного китайского рынка. Это привело к резкому усилению конкуренции среди производителей автомобилей в Китае, в том числе за счет заметного укрепления позиций китайских компаний.

Японские автомобильные предприятия вышли на китайский рынок несколько позже американских и европейских. До второй половины 1990-х гг. их деятельность в КНР в основном ограничивалась торговлей и передачей технологий китайским предприятиям. К моменту же реализации крупных инвестиционных проектов и заключения первых соглашений об учреждении японо-китайских СП (конец 1990-х – начало 2000-х гг.) в КНР уже развернули активную деятельность компании «Volkswagen», «Citroen» и «Ford»¹³⁵. Причина медлительности японских компаний заключалась, по-видимому, в их особой осмотрительности и в том, что потенциал китайского внутреннего рынка в 1990-е гг. еще не проявил себя в полной мере. Более поздний выход на рынок КНР, тем не менее, не помешал гигантам японского автомобилестроения занять на нем прочные позиции.

¹³⁵ См. Кёдайка суру Тюгоку кэйдзай то никкэй хайбуриддо кодзё (Превращающийся в экономического гиганта Китай и японские гибридные предприятия). Под ред. Камияма Кунио. Токио, 2005. С. 120-130.

В настоящее время наряду с заметно окрепшими в результате успешной промышленной политики местными компаниями, в число лидеров китайской автомобильной отрасли входят около десятка крупных компаний из европейских стран, США, Японии и Р. Кореи. Почти все они имеют рассредоточенные по восточным и центральным регионам КНР филиалы разного профиля – от заводов, производящих детали и компоненты, до офисов продаж и послепродажного обслуживания и исследовательских центров, а также по несколько совместных с китайскими партнерами¹³⁶ сборочных производств¹³⁷.

Что касается японских компаний, то к настоящему времени открыли свои предприятия в КНР «Toyota», «Nissan», «Honda», «Mitsubishi», «Mazda», «Hino» и «Daihatsu» (группа компаний «Toyota»), «Isuzu», «Suzuki» и др. Все они осуществляют в Китае сборку готовых автомобилей, имея в долевой собственности по несколько китайских заводов (совместно с одним или двумя китайскими партнерами). В общей сложности в КНР сейчас функционируют 50 предприятий японского автомобилестроения: 25 специализируются на производстве четырехколесного транспорта, 9 – на производстве двухколесного транспорта, 16 – на производстве деталей и компонентов. Помимо этого, здесь функционирует множество подразделений непромышленного профиля. При этом, по данным «Ассоциации японских производителей автомобилей», число оперирующих в Китае японских автомобильных предприятий превосходит их число в остальных странах мира (в том числе в США, где японских производителей трех

¹³⁶ В китайской автомобильной отрасли до сих пор сохраняется сильный государственный контроль, и зарубежные инвестиции в сборку готовых автомобилей поощряются с оговоркой о том, что иностранная собственность не превышает 50% капитала СП (в «Индустриальном каталоге по иностранным инвестициям» 2011 г. инвестиции в сборку транспортных средств были удалены из группы поощряемых отраслей с добавлением некоторых других, отвечающих современным потребностям отрасли, пунктов, что, как предполагается, не скажется на активности зарубежных автомобильных компаний в Китае). Помимо этого установлено, что иностранная компания может учреждать сборочные СП не более, чем с двумя китайскими партнерами. В связи с ограничением доли собственности большая часть предприятий с участием иностранного капитала представляет собой СП с контролем китайской стороны. Исключение составляют предприятия, работающие на экспорт, производства деталей и компонентов, управляющие подразделения корпораций и научно-исследовательские центры, которые могут находиться в полной иностранной собственности.

¹³⁷ См. Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кирё тидзу: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012. С. 68-87.

вышеупомянутых специализаций насчитывается 15, 1 и 12 соответственно)¹³⁸. Это говорит об особой значимости Китая для японской автомобильной промышленности. В то же время деятельность в КНР автомобильных компаний Японии имеет большое значение и для китайской экономики.

С начала 2000-х гг. наблюдается устойчивая тенденция к росту объемов производства японских автомобилей в Китае, заметно увеличилась и доля японских марок в совокупном выпуске китайской промышленности. Если в 2002 г. на автомобили под японскими брендами пришлось около 12% всего выпуска автомобилей в Китае (включая легковые машины, грузовики и автобусы), то в 2011 г. – уже почти 20%¹³⁹. При этом наблюдается еще одна характерная тенденция: все большая доля продукции японских производителей автомобилей изготавливается для сбыта на китайском внутреннем рынке. Так, в 2002 г. для внутреннего рынка КНР предназначалось 76% автомобилей, выпущенных на китайских филиалах японских компаний, а в 2011 г. – уже 86%¹⁴⁰.

Таблица 21.

**Продажи легковых автомобилей различных категорий в Китае в 2012 г.:
распределение долей рынка между брендами (%)**

Бренды	КНР	Япония	США	Германия	Франция	Р.Корея	Другие
Седаны	28,4	18,3	16,0	23,3	4,1	9,8	0,1
Внедорожники (SUV)	43,1	25,5	-	15,5	-	14,4	1,5
Минивэны (MPV)	64,7	13,1	13,4	8,8	-	-	0

Источник: Ассоциация производителей автомобилей Китая (URL: <http://www.caam.org.cn/>)

¹³⁸ По материалам Ассоциации производителей автомобилей Японии: Overview of Japanese Automobile Manufacturers' Operations in China. Japan Automobile Manufacturers Association (JAMA), 2013. URL: http://www.jama-english.jp/publications/Operations_in_China.pdf (дата обращения: 15.07.2013) и Жибэнь цичэ чаншан цзай хайвай дэ шэнчань цзиди (Зарубежные производственные базы японских автомобильных компаний). JAMA Beijing, 2013. URL: http://www.jamabj.cn/world/foreign_prdct/foreign_prdct_1t1.asp (дата обращения: 01.07.2013).

¹³⁹ По данным Бюро статистики КНР (URL: <http://www.stats.gov.cn>) и Ассоциации производителей автомобилей Японии (URL: http://www.jama-english.jp/publications/Operations_in_China.pdf, дата обращения: 01.07.2013).

¹⁴⁰ Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за разные годы. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>.

За несколько десятилетий своего присутствия на китайском рынке (экспорт японских автомобилей в КНР осуществлялся еще в 1960-е гг.) японские автомобильные компании успели заслужить высокую оценку китайских потребителей. Легковые машины японских брендов стабильно входят в число наиболее популярных в Китае моделей, занимая важное место в совокупных объемах продаж (см. табл. 21).

Особо следует отметить, что многие китайские компании-лидеры рынка автомобилей (не только легковых, но и грузовых) если и не являются японо-китайскими СП, то в свое время заимствовали японские технологии. Так, например, занимающей в настоящее время 4-е место по продажам грузового транспорта китайской компании «Jinbei Vehicle Manufacturing Co., Ltd.» в начале 1990-х гг. были переданы технологии «Toyota», а находящаяся на 6-м месте в этом же рыночном сегменте компания «Jiangling Motors» сотрудничала в 90-е гг. с «Isuzu» и «Itochu». Аналогичная ситуация наблюдается в сегменте легковых автомобилей, где в десятку крупнейших производителей уже на протяжении нескольких лет входят СП «Dongfeng Nissan» и «FAW-Toyota Motor»¹⁴¹. Интересно также отметить, что занявшая 1-е место в десятке наиболее продаваемых в Китае минивэнов в 2012 г. модель «Fengxing Lingzhi» разработана китайской компанией «Dongfeng Liuzhou Motor Company» с использованием технологий «Mitsubishi Motors».

После обострения ситуации вокруг островов Сэнкаку позиции японских автомобильных компаний на китайском рынке несколько ослабели. Если в 2011 г. среди всех проданных в Китае легковых автомобилей иностранных брендов абсолютное большинство были японскими (их доля рынка составляла 19,4% и превосходила долю автомобилей немецких (16,5%) и американских (11,0%) брендов), то в 2012 г. после потери 3% рынка японские автомобили уступили первое место немецким. Это стало

¹⁴¹ Рейтинг предприятий по объемам продаж см. на сайте Ассоциации производителей автомобилей Китая. URL: <http://www.caam.org.cn/zhengche/20130116/1405085659.html> (дата обращения: 05.08.2013).

результатом существенного падения продаж в сентябре-октябре 2012 г. и осторожного поведения японских производителей в последующие месяцы¹⁴².

Тем не менее, японские автомобильные компании по-прежнему обладают бесспорными конкурентными преимуществами, которые позволят им удерживать лидирующие позиции в дальнейшем. Так, обращает на себя внимание их активная деятельность в области исследований и разработок и создания с китайскими предприятиями новых совместных брендов (что отчасти является мерой, необходимой для соответствия требованиям китайской промышленной политики). По состоянию на 2012 г. компании «Honda», «Nissan» и «Toyota» уже открыли в Китае свои центры «R&D» и разработали или объявили о разработке в ближайшем будущем автомобилей под новыми совместными брендами, в то время как у их конкурентов «Volkswagen» и «Hyundai» таких планов пока нет¹⁴³.

2.2 Электромашиностроение

За последние двадцать лет в электромашиностроение КНР было вложено около 20% общего объема японских инвестиций в китайскую промышленность, или 1,3 трлн. иен (см. табл. 11). Таким образом, электромашиностроение (в первую очередь его электронное и электротехническое направления) является для японских компаний еще одной важнейшей сферой деятельности в этой стране.

В настоящее время китайский рынок электроники и электротехники характеризуется присутствием множества конкурирующих между собой компаний, в том числе большого числа китайских предприятий, а также активизировавших в конце 1980-х и в 90-е гг. свою деятельность в КНР

¹⁴² 2012 нянь говай пинпай чэньюнчэ сяошоу цинкуан цзяньси (Краткий анализ ситуации на рынке автомобилей иностранных брендов в 2012 г.). Материал Ассоциации производителей автомобилей Китая. URL: <http://www.caam.org.cn/zhengche/20130118/1005085765.html> (дата обращения: 05.08.2013).

¹⁴³ См. Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кигё тидзу: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012. С. 68-87.

тайваньских, японских, корейских, американских и европейских фирм. Некоторые из них (в основном тайваньские, а также отдельные японские) занимаются разработкой и/или сборкой конечной продукции для других компаний¹⁴⁴. Многие осуществляют поставки узлов, деталей и компонентов предприятиям-сборщикам (B to B).

В политике «реформ и открытости» особое внимание уделялось формированию технологической базы современных отраслей экономики КНР (развитие науки и техники было одной из составляющих «Четырех модернизаций» Дэн Сяопина), и с конца 1970-х гг. в страну активно привлекались иностранные технологии. На начальном этапе реформ было заключено множество соглашений о технологическом сотрудничестве (в том числе с японскими партнерами), а по мере либерализации инвестиционного режима иностранные электротехнические компании стали учреждать СП и предприятия полной иностранной собственности производственного и иного профиля (торговые компании, офисы послепродажного обслуживания, центры исследований и разработок и др.). Таким образом, присутствие иностранного капитала на китайском рынке электроники и электротехники становилось все более заметным. Однако параллельно происходило усиление и китайских игроков рынка, которые к настоящему времени заняли прочные (а в некоторых областях – даже лидирующие) позиции не только в КНР, но и во всем мире и составляют сильнейшую конкуренцию иностранным предприятиям.

Японские компании пришли на рынок КНР довольно рано. Так, корпорация «Sony» открыла в Китае свои представительства еще на заре реформ – в 1978 г., а ее первые производственные предприятия появились здесь в начале 80-х годов; компании «Hitachi» и «Panasonic» (бывш. «Matsushita») основали свои первые СП по производству деталей для

¹⁴⁴ В электромашиностроении получили распространение контракты OEM (Original Equipment Manufacturing) и ODM (Original Design Manufacturing), по которым расположенный в КНР завод изготавливает высокотехнологичное электронное оборудование на заказ, а в случае ODM – занимается также его дизайном и разработкой.

телевизоров в 1981 г. и 1987 г. соответственно, а компания «Toshiba» открыла первый в КНР завод по производству бытовой техники в 1990 г. Все это происходило в тот период, когда в электротехническую промышленность КНР начал активно проникать предпринимательский капитал из США и Европы (в том числе компании «HP», «Phillips», «Siemens» и др.), но еще не появились корейские гиганты электронной индустрии «Samsung» и «LG»¹⁴⁵.

Тем не менее, несмотря на довольно раннее освоение китайского рынка сейчас японские компании занимают на нем далеко не лидирующие позиции. Дело в том, что в настоящее время электротехническая промышленность Японии находится в весьма тяжелом состоянии, и некогда сильнейшие японские производители потеряли за последние десятилетия существенную долю мирового выпуска и рынка. Ситуация такова, что ту долю, которую занимала Япония в мировом производстве электроники в начале 1990-х гг. (29%), к настоящему времени занял Китай. То же самое произошло и с долей стран в мировых продажах: пятая часть мирового рынка принадлежит теперь Китаю, а не Японии¹⁴⁶.

Объем выпуска электроники в КНР постоянно растет. В 2011 г. на долю страны приходилось уже 100% мирового выпуска игровых консолей, 100% стационарных компьютеров, 95% дисководов DVD-ROM, почти 90% портативных компьютеров, 77% мобильных телефонов, 70% кинескопных и 55% жидкокристаллических телевизоров¹⁴⁷. При этом 46% совокупного выпуска КНР в данной отрасли обеспечивают предприятия с иностранным капиталом, включая капитал Гонконга, Макао и Тайваня¹⁴⁸. Каково же место в этом выпуске японских компаний?

¹⁴⁵ По данным китайских сайтов компаний и энциклопедии «Байду» (<http://baike.baidu.com/>). Хотя профили деятельности и ассортимент продукции названных компаний немного различаются (для рассматриваемой отрасли в целом характерна высокая степень диверсификации продукции и быстрая обновляемость ее ассортимента), все они производят бытовые электроприборы.

¹⁴⁶ Нихон-но эрэкутороникусу сангё (Японская электротехническая индустрия). Центр стратегических исследований «Мицуи буссан», 2012. С. 4.

¹⁴⁷ Дэнси кики нэнкан (Ежегодник по электронному оборудованию). Токио: «Тюнитися», 2012.

¹⁴⁸ Чжунго тунци няньцзянь (Китайский статистический ежегодник). Бюро статистики КНР, 2012. Данные приведены по крупным и средним предприятиям.

На протяжении двух последних десятилетий на фоне стагнации внутреннего производства происходит увеличение масштабов выпуска японской электроники за рубежом, в том числе в Китае. Если десять лет назад китайские филиалы обеспечивали 3-5% совокупного выпуска продукции японской электротехнической промышленности, то в 2011 г. – уже почти 10% (хотя в последние годы активность японских компаний в КНР начала несколько снижаться)¹⁴⁹. Тем не менее, доля, которую занимают японские компании в выпуске электроники в КНР, невелика и составила в 2011 г. всего 4,3%. Правда, если принять в расчет только предприятия с иностранными инвестициями (вкл. Гонконг, Макао и Тайвань) то доля японских филиалов составит 9,3%¹⁵⁰, что на 2% выше, чем их средняя доля в общем выпуске промышленной продукции данной группой предприятий (см. табл. 19).

Китайские филиалы японских компаний электротехнической промышленности больше ориентированы на экспорт, чем на внутренний рынок. Так, в 2011 г. в Японию и третьи страны из КНР было экспортировано 62,2% суммарного выпуска электрооборудования, электроприборов и средств связи и информации, произведенных на китайских филиалах¹⁵¹. Это является, с одной стороны, отражением ориентации японских компаний на Китай как на производственную и экспортную базу, а с другой – проявлением недостаточно высокой конкурентоспособности их продукции на китайском рынке.

¹⁴⁹ 2013 нэндо дэнки кики-но сэйсан митоси (Перспективы производства электрооборудования в 2013 г.), Ассоциация производителей электроники Японии, 2013. URL: http://www.jema-net.or.jp/Japanese/data/mitoshi/pdf/2013mi_data.pdf (дата обращения: 17.08.2013); Кайгай дзигё кацудо кихон тэса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за разные годы. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>. Доля Китая в совокупном выпуске японской электротехнической промышленности рассчитана по данным МЭТП.

¹⁵⁰ Рассчитано по данным МЭТП Японии и Китайского статистического ежегодника.

¹⁵¹ По данным Кайгай дзигё кацудо кихон тэса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за 2011 г. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>. Отметим, что указанная процентная доля эквивалентна 48,2 млрд. долл. США при том, что совокупный объем китайского экспорта электротехнической продукции составил в 2011 г. 445,8 млрд. долл. США.

Японские компании электротехнической отрасли, действительно, уже давно не занимают в КНР лидирующих позиций по объему продаж. Согласно данным европейского маркетингового агентства «Euromonitor International» в числе первых трех десятков крупнейших продавцов потребительской электроники на китайском рынке были только три японских компании: «Sony (China) Ltd.» (19 место), «Canon (China) Inc.» (21 место) и «Panasonic (China) Co. Ltd.» (30 место). Рыночные доли каждой из них в 2011 г. не превышали 1% (при этом доли «Sony» и «Panasonic» на протяжении последних пяти лет неуклонно падали, а доля «Canon» была стабильно низкой). Подавляющее большинство тридцатки ведущих компаний – китайские или тайваньские. Однако примечательно, что первые четыре позиции с долями рынка около 10% каждая пока заняты иностранными предприятиями: «Logitech» (Швейцария), «Samsung» (Р. Корея), «Nokia» (Финляндия) и «Microsoft» (США). Среди них особенно заметно укрепление позиций «Samsung». Пятое место по объему продаж с отрывом почти в два раза от четвертой позиции заняла в 2011 г. китайская компьютерная компания «Lenovo» (4,8% рынка)¹⁵².

Если посмотреть на аналогичные рейтинги компаний, продающих средние и мелкие электроприборы, то там конкуренция оказывается еще более жесткой. Китайские предприятия уже успели великолепно освоить производство продукции этого уровня, и первые три позиции рейтингов стабильно занимают китайские компании «Haier», «Midea» и «Galanz», вместе захватившие в 2012 г. 40% рынка. Большая часть остальных присутствующих в рейтингах компаний – китайские, а из японских предприятий здесь можно увидеть только «Sanyo» и «Matsushita» с довольно небольшими долями рынка (не более 2% каждое)¹⁵³. В целом, складывается впечатление, что японские компании «растворились» в огромном количестве китайских конкурентов.

¹⁵² Consumer Electronics in China. «Euromonitor International». September, 2012. Pp. 7-8.

¹⁵³ Consumer Appliances in China. «Euromonitor International». January, 2013. Pp. 19-25.

Тем не менее, японские бренды по-прежнему пользуются у китайских потребителей неплохой репутацией. Они узнаваемы, считаются гарантией высокого качества и имеют постоянных покупателей. При расчете сводных индексов «силы бренда» «Китайским центром исследования брендов предприятий» бренды японских компаний неизменно попадают в первую десятку по большинству товарных позиций бытовой электроники. Особенно популярны в КНР японские цифровые фотоаппараты и видеокамеры. Здесь большинство сильнейших брендов (в 2012 г. – 7 из 9 и 8 из 9 соответственно) – японские, и японские компании, таким образом, пока являются бесспорными лидерами¹⁵⁴.

Тем не менее, если говорить об отрасли в целом, существенная потеря позиций японских предприятий в КНР очевидна. Основная причина этого – усиление китайских и других иностранных (в основном, азиатских – Р. Корея и Тайвань) конкурентов на фоне затянувшейся депрессии в экономике Японии. В этих условиях японские предприятия просто не успевают своевременно разработать стратегию выживания в новой конкурентной среде. Удар по позициям японской электроники на китайском рынке нанесло также обострение японо-китайских отношений из-за островов Сэнкаку (см. гл. 1, §3). Подводя итоги, можно сказать, что стремительное развитие электромашиностроения в КНР, по всей видимости, не даст японским компаниям данной отрасли в обозримой перспективе восстановить лидирующие позиции ни в Китае, ни в мировой экономике.

2.3 Торговля

Благодаря последовательной либерализации сферы услуг и постепенному проявлению огромного потенциала китайского внутреннего рынка (подробнее см. гл. 1, §1) на протяжении последних двух десятилетий, а особенно – с начала XXI века, в КНР наблюдается стремительное развитие

¹⁵⁴ URL: http://www.chn-brand.org/Data_Ts/main_frame.asp (дата обращения: 18.08.2013).

оптовой и розничной торговли, которое происходит при все более активном участии иностранного капитала. С 1997 г.¹⁵⁵ по настоящее время зарубежные компании вложили в дистрибьюторские услуги 38,7 млрд. долл., причем большая часть (около 80%) этих инвестиций пришлась на период после 2004 г., когда Китай должен был завершить либерализацию дистрибуции согласно своим обязательствам перед ВТО¹⁵⁶. Японские капиталовложения, накопленные в отрасли за тот же период (2004 г. – наст.вр.), составили при этом 6,5 млрд. долл.¹⁵⁷

В настоящее время в КНР функционируют более пяти тысяч оптовых и розничных компаний с иностранным капиталом¹⁵⁸, среди которых немало японских. Напомним, что по нашим подсчетам, доля японских филиалов в объеме оптовых продаж всех осуществляющих торговую деятельность в КНР компаний с иностранными инвестициями составила за 2005-2011 гг. порядка 13%, в объеме розничных продаж – порядка 4%. В целом же на долю японских филиалов в данный период пришлось около 2% суммарного объема оптовых и розничных продаж на китайском рынке (см. табл. 19).

Хотя оборот оптовой торговли японских компаний в Китае значительно больше, чем розничной (6,2 трлн. иен против 0,5 трлн. иен в 2011 г.¹⁵⁹), мы подробнее рассмотрим розничную торговлю как наиболее приближенную к конечному потребителю форму торговой деятельности. Что же касается оптовой торговли, то ее масштабы в значительной степени являются отражением активности в КНР японских промышленных компаний, а именно нарастания объемов внутрифирменной торговли. Ввиду недоступности детальной статистики в отношении оптовой торговли мы ограничимся приведенными выше агрегированными показателями.

¹⁵⁵ В связи с изменением классификации отраслей в статистическом ежегоднике включение в сумму капиталовложений инвестиций, накопленных за более ранний период, не представляется возможным.

¹⁵⁶ По данным Чжунго тунцзи няньцзянь (Китайского статистического ежегодника) за разные годы.

¹⁵⁷ По данным Министерства финансов Японии, переведенным в долл. США по среднегодовым валютным курсам.

¹⁵⁸ По данным Чжунго тунцзи няньцзянь (Китайского статистического ежегодника) за 2012 г.

¹⁵⁹ Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за 2011 г. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>.

Деятельность японских компаний в сфере розничных продаж представлена в основном супермаркетами и так называемыми «комбини» (яп.), или «бяньлидянь» (кит.) – круглосуточными минимаркетами, оказывающими, помимо продажи вещей и продуктов первой необходимости, широкий спектр услуг населению.

В 2011 г. в сотню крупнейших в Китае по объемам продаж розничных сетей¹⁶⁰ вошли японские супермаркеты «Ito-Yokado» (58 место) и «Aeon» (59 место). Нельзя не отметить, что розничные сети с неазиатским иностранным капиталом представлены в рейтинге значительно шире (20 позиций из 100) и не ограничиваются супермаркетами. Так, в первую десятку рейтинга вошли французский супермаркет «Carrefour» (7 место), американская компания «Yum! Brands Inc.» с распространившимися практически по всему центральному и восточному Китаю сетями быстрого питания «KFC», «Pizza Hut» и «Taco Bell» (8 место) и американский супермаркет «Wal-Mart» (9 место). Находясь далеко не на первых местах рейтинга, супермаркеты «Ito-Yokado» и «Aeon», тем не менее, занимают достойные позиции на китайском рынке. Они ориентированы на состоятельную часть китайского населения и уделяют большое внимание уровню обслуживания каждого отдельного магазина, что проявляется в их соответствующем ассортименте и более высоком годовом объеме продаж в расчете на торговую точку (почти 600 млн. юаней на магазин у «Ito-Yokado» против чуть более 200 млн. юаней на магазин у «Carrefour»).

Японские универмаги вышли на китайский рынок еще в середине 1990-х гг. (когда в преддверии присоединения КНР к ВТО либерализация сферы услуг только начинала набирать обороты), одновременно со своими конкурентами «Wal-Mart» и «Carrefour». Круглосуточные же минимаркеты с японским капиталом появились в стране сравнительно недавно (в 2000-е гг., за исключением «Lawson», учредившего в Шанхае свое первое СП еще в 1996 г.), однако их присутствие уже довольно заметно. В 2011 г. в рейтинг 30

¹⁶⁰ Согласно рейтингу китайской «Ассоциации сетевых магазинов и франчайзинга» (URL: www.ccfa.org.cn/).

крупнейших по количеству торговых точек минимаркетов¹⁶¹ вошли целых четыре японских сети: «7-Eleven» (12 место, 798 магазинов¹⁶²), «Family Mart» (13 место, 700 магазинов), «Lawson» (21 место, 354 магазина) и «Ministop» (30 место, 29 магазинов). При этом в рейтинге представлены в основном китайские торговые сети, а также сети с тайваньским и гонконгским капиталом. Можно сказать, что Япония является единственным иностранным (если не считать Тайвань и Гонконг) инвестором в данной сфере, который занял на рынке столь сильные позиции.

Помимо уже упомянутых универмагов и минимаркетов, в Китае можно увидеть такие не вошедшие в первую сотню рейтингов японские розничные сети, как «Yoshinoya» и «Saizeriya» (ресторанный бизнес), «Uniqlo» (продажа одежды), «Muji» (продажа одежды и бытовых принадлежностей). Каждая из этих сетей имеет уже более сотни торговых точек на территории страны. Вышли на китайский рынок и такие японские универмаги высокого класса, как «Isetan», «Mitsukoshi» и «Takashimaya», однако их деятельность пока не столь масштабна.

Таблица 22.

Деятельность крупнейших зарубежных ритейлеров одежды в КНР (по состоянию на середину 2013 г.)

Компании	Страны	Количество магазинов в КНР (вкл. Гонконг)
Uniqlo	Япония	202
Zara	Испания	140
H&M	Швеция	134 (на конец 2012 г.)
Muji	Япония	82
Gap	США	60

Источник: сайты и пресс-релизы компаний.

Особого упоминания заслуживает компания «Uniqlo», которая является довольно сильным игроком на китайском рынке розничных продаж одежды. Для иллюстрации ее позиций в таблице 22 представлено количество

¹⁶¹ По данным китайской «Ассоциации сетевых магазинов и франчайзинга» (URL: www.ccfca.org.cn/).

¹⁶² В число торговых точек «7-Eleven» включены магазины, принадлежащие гонконгскому и тайваньскому холдингу на правах лицензии американской головной компании и не имеющие финансовых связей с компанией «7-Eleven Japan».

магазинов наиболее активных в этой отрасли иностранных компаний. Первое место по этому показателю с довольно большим отрывом занимает «Uniqlo». Интересно отметить, что в настоящее время более половины из общего числа находящихся за рубежом магазинов компании расположены в Китае¹⁶³. Отсюда можно сделать вывод о том, что «Uniqlo» рассматривает КНР не только как главную производственную базу, но и как свой основной рынок сбыта.

Если посмотреть на географическое распределение присутствующих в Китае японских розничных сетей, то во многих случаях их территориальный охват оказывается несколько уже, чем у западных конкурентов. Так, в отличие от универмагов «Wal-Mart» и «Carrefour», открывших к настоящему времени свои магазины в большинстве провинций не только восточного, но и центрального Китая, японские универмаги пока в основном ограничивают свою деятельность несколькими крупными городами восточной части страны и ее центральным городом Чэнду. То же самое можно сказать и о японских минимаркетах. Как и универмаги, они сконцентрированы лишь в нескольких крупных городах КНР: «7-Eleven» – в Пекине, Тяньцзине и Чэнду, «Family Mart» – в Шанхае, Ханчжоу и Шэньчжэне, «Lawson» – в Шанхае и Чунцине, «Ministop» – в Циндао¹⁶⁴.

Ограниченное (пока) распространение японских розничных сетей по территории страны объясняется, с одной стороны, региональными ограничениями зарубежных инвестиций в сферу услуг на начальном этапе реформ, с другой – осторожностью японских компаний при освоении китайского внутреннего рынка и ориентацией (особенно, в случае универмагов) на более состоятельные слои населения. Однако учитывая потенциальный рост покупательной способности жителей КНР, японские розничные сети имеют большие планы по расширению в ближайшем будущем. Так, универмаг «Aeon» планирует за 10 лет увеличить количество

¹⁶³ По данным сайта компании.

¹⁶⁴ Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кигё тидзю: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012. С. 121-124.

торговых точек в стране до 2000 (сейчас их 37)¹⁶⁵; минимаркет «Lawson» заявил в конце 2012 г. о намерении расширить свою сеть в Китае с 393 до 10000 магазинов к 2020 г. (т.е. увеличить их количество более чем в 25 раз); сеть быстрого питания «Yoshinoya», которая с начала 2000-х гг. расширяет свою деятельность в КНР быстрее, чем «KFC» и «McDonald's», планирует к 2016 г. довести количество ресторанов в Восточной и Юго-восточной Азии до 1500, из которых 1100 будут расположены в Китае¹⁶⁶. О своих планах по активному освоению китайского рынка заявляют и многие другие японские ритейлеры.

2.4 Финансы и страхование

Финансы и страхование относятся к тем отраслям сферы услуг, либерализация которых началась в Китае сравнительно поздно. Из-за того, что до настоящего времени в этих отраслях сохраняется довольно много препятствий для выхода на китайский рынок и свободной деятельности зарубежных компаний, активность иностранного капитала здесь пока не очень высока.

К концу 2010 г. в КНР действовали только 40 иностранных банков (при общем количестве банковских учреждений в стране порядка 3800), а совокупный объем их активов составлял 1,7 трлн. юаней, т.е. менее 2% от общего объема активов китайского банковского сектора (95,3 трлн. юаней)¹⁶⁷.

Довольно слабыми остаются позиции в Китае и зарубежных страховых компаний. По данным аналитического отчета «PricewaterhouseCoopers» в 2011 г., доля иностранных страховщиков на китайском рынке была самая

¹⁶⁵ План был озвучен в середине 2011 г.

¹⁶⁶ По материалам агентств «Bloomberg» и «Reuters»:

URL: <http://www.bloomberg.co.jp/news/123-LMP8SY6TTDS901.html>;

URL: <http://jp.reuters.com/article/topNews/idJPTYE89203Y20121003>;

URL: <http://jp.reuters.com/article/businessNews/idJPTYE89004M20121025> (дата обращения: 29.08.2013).

¹⁶⁷ По данным CBRC 2010 Annual Report (Отчет Комиссии по регулированию банковской деятельности Китая за 2010 г.). URL: <http://www.cbrc.gov.cn/showannual.do> (дата обращения: 01.02.2014). С. 152, 164.

низкая в Азии: 5% на рынке страхования жизни и 1% на рынке страхования других рисков¹⁶⁸. В 2011 г. в сфере страхования насчитывалось лишь 51 совместное предприятие с иностранными инвестициями, а их сеть включала всего 360 отделений в разных провинциях КНР. Для сравнения отметим, что сеть 90 китайских страховых компаний насчитывала порядка 70 тыс. отделений и офисов¹⁶⁹. Хотя аналитики «PricewaterhouseCoopers» ожидают, что в 2013-2015 гг. на рынок КНР придут еще 10 иностранных страховщиков¹⁷⁰, это вряд ли существенно усилит позиции иностранного капитала в данной отрасли.

Как было отмечено ранее (см. Главу 1), активизация деятельности японских компаний финансового и страхового сектора в Китае была обусловлена привлекательностью китайского рынка и необходимостью обслуживать расширяющиеся операции уже находящихся в КНР компаний, а также множества предприятий японского крупного, малого и среднего бизнеса, вовлеченных в торгово-экономические отношения с Китаем. Благоприятствующим фактором стала также либерализация инвестиционного режима в сфере финансов, вступившая в свою активную фазу, как отмечалось, в начале 2000-х гг.

К настоящему времени три японских мегабанка¹⁷¹ – «Mitsubishi Tokyo UFJ», «Mizuho Bank» и «Mitsui Sumitomo Bank» – открыли в Китае широкую сеть своих отделений, которая охватывает не только восточные провинции КНР, но и в центральную и западную части страны (провинции Хубэй и Сычуань). Эти банки предоставляют широкий спектр услуг как физическим,

¹⁶⁸ Foreign Insurance Companies in China. PwC, December, 2011. URL: <http://www.pwc.com/asia-practice/china/assets/publications/Foreign-Insurance-China-2011.pdf> (дата обращения: 03.12.2013). Р. 7.

¹⁶⁹ Китайский статистический ежегодник за 2012 г.

¹⁷⁰ Foreign Insurance Companies in China. PwC, December, 2012. URL: <http://www.pwc.co.nz/KenticoFiles/Od/Od456825-4d79-407f-851c-54a4e4e9c107.pdf> (дата обращения: 03.12.2013). Р. 10.

¹⁷¹ В настоящее время банковская система Японии включает в себя пять городских банков: «Mizuho Bank», «Mitsubishi Tokyo UFJ Bank», «Mitsui Sumitomo Bank», «Resona Bank» и «Saitama Resona Bank», первые три из которых принято называть «мегабанками». Помимо этого, функционируют около 100 региональных банков, около 10 траст-банков и ряд появившихся сравнительно недавно банков нового типа (в их числе электронные банки супермаркетов).

так и юридическим лицам. Услуги включают прием депозитов и предоставление займов в иностранной валюте и юанях, обмен валюты, денежные переводы, обслуживание экспортно-импортных операций (в том числе открытие, исполнение и подтверждение аккредитивов), хеджирование рисков, консультирование по вопросам снижения издержек, заключения сделок и управления финансовыми активами¹⁷².

Что касается других японских банков, то финансовая группа «Resona» (включающая два остальных городских банка Японии, помимо уже упомянутых трех), хотя пока и не открыла в Китае свои отделения, имеет в Шанхае и Гонконге представительства¹⁷³, через которые осуществляется активное содействие японским компаниям при выходе на китайский рынок. Имеют свои отделения и представительства в КНР (пока единичные) и некоторые региональные банки Японии. Например, «Yamaguchi Bank» открыл отделения в Даляне и Циндао и представительство в Гонконге; «Hokkaido Bank» имеет представительство в Шэньяне; «Chiba Bank» имеет представительство в Шанхае и отделение в Гонконге. Кроме того, многие японские банки, которые пока еще не вышли на китайский рынок напрямую, предлагают услуги по поиску партнеров в КНР, проведению аудита китайских предприятий, сопровождению и финансированию торговых операций, а также оказывают консалтинговые услуги, что говорит об их большом интересе к экономике КНР.

Знакомство японских банков с китайской деловой средой имеет довольно продолжительную историю: ряд городских банков Японии открыли свои представительства в КНР еще в начале 1980-х гг. Поэтому неудивительно, что к настоящему времени японские банки заняли на рынке этой страны достойное место среди других иностранных банковских учреждений. Позиции японских банков еще больше укрепились после 2008 г.

¹⁷² «Сюкан Тоёкэйдзай» 29.09.2012. С. 86-87.

¹⁷³ Представительство отличается от отделения тем, что имеет упрощенный порядок регистрации, но ограниченные полномочия. Как правило, его деятельность сводится к сбору информации, исследованию рынка и консалтингу.

в результате мирового финансового кризиса, поскольку на фоне обремененных плохими долгами европейских и американских конкурентов их положение было достаточно стабильным¹⁷⁴.

По данным рейтинга английского журнала «The Banker»¹⁷⁵ в 2013 г. «Sumitomo Mitsui Banking Corp. China» и «Mizuho Corporate Bank»¹⁷⁶ вошли в первую десятку крупнейших по объему капитала первого уровня иностранных банков в Китае (первый банк занял 4 место с объемом капитала 1,6 млрд. долл., второй – 5 место с объемом капитала 1,3 млрд. долл.)¹⁷⁷. Эти два банка входят также в первую десятку рейтинга «The Banker» по объему активов и их рентабельности. Важно отметить, что японские мегабанки имеют хорошую репутацию и заслужили высокую оценку китайской Комиссии по регулированию банковской деятельности, что имеет ключевое значение для получения лицензий на осуществление банковских операций¹⁷⁸.

Помимо обслуживания финансовых операций, жизненно важным для японских компаний в Китае является страхование рисков. Как и другие иностранные страховщики, японские страховые компании пришли в Китай в 2000-е гг. (за исключением «Токуо Marine Nichido», открывшей свое первое отделение в КНР еще в 1994 г.¹⁷⁹). В настоящее время японский капитал присутствует как на рынке страхования от ущерба (здесь действуют 5 японских инвесторов: «Токуо Marine Nichido», «Mitsui Sumitomo Insurance»,

¹⁷⁴ «Сюкан Тоёкэйдзай» 29.09.2012. С. 86.

¹⁷⁵ Рейтинг доступен на сайте журнала (<http://www.thebanker.com>). Он определяет 1000 крупнейших банков мира, опираясь в первую очередь на объем капитала первого уровня. Капитал первого уровня (Tier 1 Capital) – ключевой показатель финансовой устойчивости банка, определение которого было впервые введено соглашением Базель 1. Показатель формируется из собственных средств банка, включающих в себя обыкновенные акции (оплаченный акционерный капитал), привилегированные акции и открытые резервы (нераспределенную прибыль). Объем капитала первого уровня считается более точным индикатором финансовой устойчивости банка, чем волатильная прибыль или объем активов, которые могут иметь разное качество.

¹⁷⁶ «Mizuho Corporate Bank» летом 2013 г. объединился с «Mizuho Bank».

¹⁷⁷ Первые три места были заняты «HSBC Corp. China» (3,9 млрд. долл.), «Standard Chartered Bank China» (2,5 млрд. долл.) и «The Bank of East Asia (China)» (2,3 млрд. долл.). Источник: база данных журнала «The Banker». URL: www.thebankerdatabase.com (дата обращения: 01.03.2014).

¹⁷⁸ «Сюкан Тоёкэйдзай» 29.09.2012. С. 87.

¹⁷⁹ Первыми иностранными страховыми компаниями, пришедшими в Китай, были американские «AIG» и «AIA» (1992 г.).

«Sompo Japan», «Aioi Nissay Dowa» и «Nipponkoa Insurance»), так и на рынке страхования жизни (один инвестор – «Nippon Life»)¹⁸⁰.

Помимо того, что в сегмент страхования от ущерба пришло довольно много японских компаний, обращает на себя внимание большое число их соглашений с китайскими страховыми брокерами¹⁸¹. Это связано с тем, что деятельность иностранных страховых компаний ограничена теми городами, где им разрешено предоставлять свои услуги. Брокеры же уполномочены осуществлять страховые операции по всей стране и помогают, таким образом, японским компаниям расширить географию своей деятельности. Это дает японским страховщикам преимущества над конкурентами, которые таких соглашений пока практически не имеют, и обеспечивает поступление значительных сумм страховых взносов. В 2012 г. в десятку крупнейших по этому показателю иностранных страховщиков на китайском рынке вошли компании «Tokyo Marine Nichido» (6 место), «Mitsui Sumitomo Insurance» (7 место) и «Sompo Japan» (9 место)¹⁸².

В сегменте страхования жизни Япония, напротив, заметно отстает от своих конкурентов: при наличии всего одного японского страховщика здесь присутствуют целых семь американских компаний, а также несколько корейских и тайваньских. Компания «Nissay-Greatwall Life Insurance Co., Ltd.» (совместное предприятие «Nippon Life» и «Great Wall Life Insurance») в 2012 г. заняла на китайском рынке страхования жизни лишь 48 место по объему страховых взносов (среди компаний с иностранным капиталом – 18 место)¹⁸³.

¹⁸⁰ По данным списка действующих в КНР страховых компаний с иностранным капиталом, составленного компанией «Mitsui Sumitomo Insurance»: «Тю:гоку ни-окэру хокэн-но го-аннай» (Информация о страховании в Китае). Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd. Июнь, 2013 г.
URL: http://msadglobal.jp/kaigai_annai/kaigai_annai/chaina.pdf (дата обращения: 09.12.2013). С. 7-10.

¹⁸¹ Там же. С. 9.

¹⁸² Согласно рейтингу компаний по страхованию имущества «Комиссии по регулированию страхования» КНР.
URL: <http://www.circ.gov.cn/web/site0/tab5202/info234402.htm> (дата обращения: 16.12.2013).

¹⁸³ Там же.

Таким образом, японские страховые компании в Китае сосредоточили свою деятельность преимущественно в сфере страхования имущества, которое больше востребовано корпоративным сектором.

Как отмечалось выше, японские инвесторы (как и иностранный капитал в целом) заняли к настоящему времени весьма незначительную долю рынка в китайском финансовом секторе. Однако, в абсолютном выражении вложенный в эту сферу за последнее десятилетие японский предпринимательский капитал (около 5 млрд. долл.¹⁸⁴) представляет немалую величину и создает серьезные предпосылки для дальнейшего расширения их деятельности в КНР.

Представляется, что успехи японских компаний на этом направлении будут во многом зависеть от темпов либерализации отрасли и конкурентной среды. В связи с этим нельзя не отметить, что конкурентная среда в китайском финансовом секторе становится все более жесткой. Позиции китайских банков и страховых компаний заметно усилились за последние десятилетия не только на китайском рынке (на банковском и страховом рынке КНР присутствуют в настоящее время несколько десятков китайских компаний, которые буквально вытесняют оттуда иностранных конкурентов), но и в мировой экономике. Это особенно заметно на фоне ослабления позиций Японии. Если в 1990 г. в первой десятке рейтинга «The Banker» насчитывалось шесть японских банков (три из которых занимали три первых позиции), то в 2013 г. в десятку крупнейших вошли уже четыре китайских банка и только один японский («Mitsubishi UFJ Financial Group», 7 место). При этом первое место в рейтинге впервые занял китайский банк – Промышленный и коммерческий банк Китая (ICBC)¹⁸⁵.

¹⁸⁴ См. табл. 11 (данные переведены в долл. США по среднегодовым обменным курсам).

¹⁸⁵ Summary of the Top 1000 World Banks. Brian Caplen, editor of The Banker, provides a summary of the Top 1000 World Banks Ranking results for 2013. URL: <http://www.thebanker.com/Top-1000-World-Banks> (дата обращения: 06.12.2013).

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2

В данной главе были проанализированы основные характеристики японских прямых инвестиций в Китае и дана оценка позиций в КНР компаний с японским предпринимательским капиталом. Оценка ключевых показателей инвестирования и проведенные сопоставления позволили сделать следующие выводы.

1. За последние два десятилетия Китай стал ведущим направлением прямых инвестиций японских компаний и удерживает эти позиции, несмотря на мировой финансово-экономический кризис, удорожание производства в Китае, конфликт вокруг островов Сэнкаку и другие неблагоприятные факторы последних лет.
2. Большую часть капитала японские компании направляют в обрабатывающую промышленность КНР, причем ориентация Японии на данную группу отраслей выше, чем у остальных иностранных инвесторов. Можно сказать, что сфера услуг носит вспомогательный характер и выполняет поддерживающую функцию для японской производственной базы.
3. Концентрация японского предпринимательского капитала особенно велика в северо-восточных и восточных провинциях Китая, с которыми Япония имеет тесные исторические связи. Деятельность японских компаний в прибрежных провинциях КНР приобрела комплексный характер, охватив как промышленные отрасли, так и широкий спектр секторов сферы услуг. Происходит постепенное продвижение японских компаний вглубь страны, но пока медленно и осторожно.

4. На начальном этапе китайских реформ инвестировавшие в КНР японские промышленные компании отдавали большее предпочтение такой форме делового присутствия, как совместное предприятие, чем другие иностранные инвесторы. Это можно объяснить значительной долей среди них малых и средних фирм и свойственным японскому бизнесу стремлением избегать чрезмерного риска. Среди СП с японским капиталом следует особо отметить такие схемы, как «прямые инвестиции с использованием тайваньских компаний» и прямые инвестиции, осуществляемые совместно с универсальными торговыми компаниями «сого сёся». Нельзя также недооценивать значение контрактов на «обработку и сборку», которые, хотя и не относятся к категории прямых инвестиций, нередко подразумевают осуществление контроля со стороны иностранного партнера.
5. На протяжении последних десятилетий Япония стабильно входит в первую пятерку источников прямых иностранных инвестиций в Китае; по накопленному к концу 2011 г. объему капиталовложений она занимает третье место после БВО и Гонконга. Деятельность компаний с японским капиталом вносит весомый вклад в выпуск и экспорт промышленной продукции компаниями с иностранными инвестициями, а также в осуществляемые ими продажи на китайском рынке. Заметен вклад японского бизнеса в формирование основного капитала и развитие НИОКР на предприятиях с иностранными инвестициями в китайской промышленности; в трудоустройство и повышение уровня жизни китайского населения.
6. Особенно сильные позиции японские компании занимают в китайском автомобилестроении – как по объему выпуска, так и по показателю продаж на рынке КНР. При этом наблюдается все большая переориентация японских автомобильных компаний с экспорта на китайский внутренний рынок.

7. В электромашиностроении за последние десятилетия позиции японских компаний заметно ухудшились на фоне укрепления положения китайских и других иностранных конкурентов. Для большинства японских производителей электроники Китай по-прежнему остается в первую очередь производственной базой для экспорта. При этом на фоне стагнации электромашиностроения в Японии увеличивается доля Китая в изготовлении электроники для поставок в Японию.
8. Доля компаний с японским капиталом в объеме оптовых продаж всех осуществляющих торговую деятельность в КНР иностранных фирм составила за 2005-2011 гг. порядка 13%, в объеме розничных продаж – порядка 4%. Масштабы оптовой торговли в значительной степени являются отражением активности в КНР японских промышленных предприятий, а именно нарастания объемов внутрифирменной торговли. Потенциал японских розничных компаний реализован еще не полностью, и в ближайшее время ожидается масштабное расширение их присутствия в Китае.
9. Пока небольшие объемы вложений Японии (как и других иностранных инвесторов) в финансовый и страховой сектор экономики КНР объясняются медленными темпами либерализации, сохранением большого числа ограничений и рисков, сильной конкуренцией со стороны китайских страховых компаний и банковских учреждений. Тем не менее, на фоне других иностранных инвесторов присутствие японских банков и страховщиков довольно заметно. Можно ожидать, что необходимость обслуживания японского корпоративного сектора и востребованность банковских и страховых услуг на китайском рынке в целом заставят японских представителей данных отраслей наращивать свое присутствие.
10. В целом можно утверждать, что место японского предпринимательского капитала в экономике КНР является

довольно значимым. Хотя сильная конкуренция на китайском рынке и затянувшаяся депрессия в экономике Японии создали определенные сложности для японских компаний, тот объем капитала, который уже накоплен в различных отраслях экономики КНР, создает серьезные предпосылки для дальнейшего расширения их предпринимательской деятельности практически по всем направлениям.

Глава 3. Проблемы функционирования японских компаний в Китае и подходы к их решению

Китай считается в японских деловых кругах одним из наиболее рискованных направлений предпринимательской деятельности. Проблемы, с которыми сталкиваются японские компании в КНР, многочисленны и разнообразны. Довольно полный перечень так называемых «китайских рисков» приводится в отчете рабочей группы организации «Джетро» по управлению рисками в Китае. В нем отмечаются как те риски, которые возникают вследствие непредсказуемости действий китайских властей и неопределенности перспектив экономического роста страны (эти риски отражаются в первую очередь на макросреде), так и те, которые возникают в процессе непосредственной деятельности японского бизнеса (т.е. на микроуровне) и в той или иной мере поддаются управлению.

Обобщенный перечень рисков, отмеченных организацией «Джетро», приведен в табл. 23.

Таблица 23.

Основные виды рисков предпринимательской деятельности японских компаний в Китае

Тип риска	Виды рисков / сфера их возникновения	Примеры
Страновые риски*	Политические	Дестабилизация политической системы, ухудшение отношений КНР с другими странами (например, торговые противоречия с Европой и США), напряженность между двумя берегами Тайваньского пролива
	Экономические	Замедление темпов экономического роста, несовершенство макроэкономического регулирования, непредсказуемость динамики цен, резкие преобразования финансовой системы, непрозрачность антимонопольного законодательства, последствия реформы госпредприятий, дефицит государственного бюджета, нехватка энергоресурсов

	Социальные	Сельскохозяйственные проблемы, безработица, разрыв в уровнях доходов населения, коррупция, загрязнение окружающей среды, стихийные бедствия, старение населения
Операционные риски*	Регулирование торговли	Сложные и продолжительные таможенные формальности, непрозрачность таможенных процедур, высокие таможенные пошлины, нетарифные барьеры
	Регулирование инвестиций	Непрозрачное регулирование, пересмотр преференций и введение новых ограничений, сложность разрешительных процедур
	Безопасность интеллектуальной собственности	Недостаточная степень защиты, риск утечки технологий, контрафактная продукция
	Рабочая сила и наем	Конфликты между работниками и работодателями, столкновения с профсоюзами, сложность поиска квалифицированных кадров (менеджеров среднего звена и технических специалистов), частые увольнения персонала, рост уровня заработной платы, низкое качество и недостаточно высокий уровень образования рабочей силы
	Финансовые и валютные риски	Несовершенство и непрозрачность системы бухгалтерского учета и налоговой системы; налоговое бремя; колебания ставки процента; проблемы финансирования, расчетов и перевода валютных средств за рубеж; валютные риски
	Производство	Сложность контроля качества, проблема поставок качественного сырья и деталей, исчерпание возможностей снижения издержек, ужесточение экологического законодательства, несовершенство инфраструктуры, нехватка электроэнергии
	Сбыт продукции	Сложность получения средств от заказчиков при расчетах, ужесточение конкуренции, необходимость нести ответственность за качество продукции, ухудшение репутации японской продукции, сложность прогнозирования спроса
	Реструктуризация бизнеса	Высокие барьеры ухода с рынка, сложность и продолжительность процедур
Риски безопасности	Антияпонские настроения	Антияпонские демонстрации, бойкот японских товаров
	Ухудшение общественного порядка	Разбой, преступность, кражи
	Безопасность информации	Утечка информации и несанкционированный доступ к ней

Составлено по данным: Тюоку рисукү манэджимэнтү кэнкюүкай хококусё (Отчет рабочей группы по управлению рисками в Китае). «Джетро». Октябрь, 2013. С. 38-40.

URL: <http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001515/07001515.pdf> (дата обращения 01.2014)

* Название типов рисков («страновые» и «операционные») взято нами из исходного японского материала. Страновые риски можно определить как относящиеся к макросреде, а операционные – как те, с которыми могут столкнуться японские компании при своей непосредственной деятельности в КНР и которые относятся в основном к микроуровню.

В данной главе будут рассмотрены те проблемы, которые в последнее время неизменно отмечаются действующими в Китае японскими компаниями в качестве основных, а именно: проблема управления трудом, проблема контроля качества продукции в процессе производства, проблема защиты интеллектуальной собственности (в первую очередь – борьба с контрафактной продукцией) и проблема поиска каналов сбыта. Очевидно, что эти проблемы охватывают существенную часть операционных рисков, приведенных в табл. 23.

§ 1. Истоки проблем и применимость в Китае японских методов управления

Прежде, чем перейти к рассмотрению выбранных проблем и подходов японских компаний к их решению, следует отметить, что многие из перечисленных в табл. 21 рисков возникают под влиянием факторов, лежащих за пределами экономической науки – в первую очередь политических и социокультурных. Влияние политических факторов на состояние японо-китайских экономических связей было подробно рассмотрено в первой главе, и данные таблицы только подтверждают их значимость. Что же касается социокультурных факторов, то на наш взгляд, они играют особую роль в международном бизнесе, и их нельзя не учитывать при анализе проблем, с которыми сталкиваются компании в чуждой для них деловой среде.

Расширение масштабов предпринимательской деятельности любой компании за рубежом подразумевает ее активное взаимодействие с различными хозяйствующими субъектами (с конкурентами, поставщиками, дистрибьюторами, наемными работниками, потребителями, а также с местными административными учреждениями и государственными

структурами) на территории страны инвестирования. Можно сказать, что эффективность этого взаимодействия в конечном итоге определяет успех компании, ведь от того, насколько хорошо она «впишется» в местную рыночную и социальную среду, в большой степени зависит ее конкурентоспособность.

При рассмотрении роли социокультурных факторов в японо-китайских экономических отношениях необходимо отметить, что существующее в российском массовом сознании представление о том, что поскольку Япония и Китай принадлежат к одному и тому же культурному пространству их народы (в нашем частном случае – предприниматели двух стран; японские предприниматели и китайские потребители; японские предприниматели и китайский наемный персонал; японские предприниматели и китайские административные структуры) легко находят общий язык, далеко от реального положения дел. На практике оказывается, что существенная часть проблем, с которыми сталкиваются японские компании в Китае, связана с различиями в культуре предпринимательства, сложностью понимания системы ценностей друг друга, разными моделями поведения. Все это довольно ярко проявляется в тех проблемах, которые будут рассмотрены ниже.

При этом нельзя не отметить, что Япония и Китай изначально имели и продолжают иметь достаточно много общего. Помимо письменности и общеизвестных культурных традиций, с древних времен Япония заимствовала у своего соседа многие элементы государственного и общественного устройства. Особенно заметное влияние на японское общество оказали ценности конфуцианства. Часть этих ценностей унаследовало и японское предпринимательство. С конфуцианским учением перекликаются такие особенности современного японского бизнеса, как группирование предприятий; соблюдение достаточно четкой иерархии как внутри компаний, так и между отдельными компаниями; основанные на конфуцианских ценностях (гармония, уважение к старшим, скромность и

сдержанность, упорство и трудолюбие, чувство долга и др.) корпоративные традиции японских компаний и устоявшиеся модели поведения их сотрудников, в частности этика делового общения. Помимо этого, в деловом общении (как и в поведении японцев вообще) достаточно ярко выражена церемониальность, также берущая начало в конфуцианском учении¹⁸⁶.

Конфуцианство – это то, что объединяет страны восточноазиатского региона в единый социокультурный ареал, придавая общие черты не только общественному устройству в этих странах, но и предпринимательству, трудовой этике и даже в какой-то степени путям их экономического развития¹⁸⁷. Однако в каждой из стран региона конфуцианские ценности проявились по-разному. Так, в процессе заимствования Японией из Китая они преобразовывались и накладывались на уже существовавшие исконно японские традиции. В период реставрации Мэйдзи они подверглись сильному влиянию западных ценностей, а после Второй мировой войны – вновь трансформировались под воздействием американской предпринимательской модели.

В то же время то, что Китай пошел по иному, чем Япония, историческому пути, наложило отпечаток и на китайскую систему предпринимательства. В то время как Япония в конце 60-х годов XIX в. вступила на путь быстрой и динамичной модернизации социально-экономической и политической систем по западному образцу, Китай в своем развитии находился далеко позади, а если и воспринял в этот период некоторые западные ценности, то они по большей части передавались через его восточного соседа¹⁸⁸. Смуты, Синьхайская революция и войны первой половины XX в. так и не позволили западной культуре глубоко проникнуть в

¹⁸⁶ Подробнее см. Кульнева П.В. Влияние конфуцианских ценностей на японскую деловую этику // Япония. Ежегодник, 2012.

¹⁸⁷ См. Ткачева Т.О. Конфуцианство в странах Восточной Азии: исторический выбор и социальная практика: вторая половина XX в. - начало XXI в. Диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. Краснодар, 2009

¹⁸⁸ Подробнее см. Каткова З.Д., Чудодеев Ю.В. Япония-Китай: любовь или ненависть? К проблеме эволюции социально-психологических и политических стереотипов взаимовосприятия (VII в. н. э. – 30-40-е годы XX в.). М.: ИВ РАН – «Крафт+», 2001. С. 49-61.

китайскую действительность, а приход к власти коммунистов трансформировал мировоззрение китайского народа на всех уровнях, начиная от быта и кончая подходами к ведению бизнеса. Такие особенности социалистического уклада, как ориентация на количественные, а не качественные показатели, дух равноправия, нисходящая модель принятия решений, мягкие бюджетные ограничения¹⁸⁹ и т.п., укоренились в сознании китайцев и до сих пор сказываются на поведении отдельных людей, китайских предприятий и государственных структур.

Как и в других странах и регионах мира, на своих филиалах в Китае японские компании пытаются использовать методы организации и управления, которые доказали свою высокую эффективность в самой Японии. О том, насколько успешны эти методы в Китае, можно судить по результатам исследования, которое проводилось на протяжении двадцати лет с середины 1980-х гг. Группой по исследованию японских мультинациональных предприятий (JMNESG) японского университета Тэйкё при поддержке Министерства образования, культуры, спорта, науки и технологий Японии. Объектом исследования были более 600 предприятий с японским капиталом, располагающихся в 30 странах из восьми регионов мира (преимущественно автомобилестроения и электромашиностроения), а главным источником информации служило изучение деятельности предприятий «на месте» при их непосредственном посещении участниками проекта¹⁹⁰.

Степень применимости того или иного элемента управления оценивалась по пятибалльной шкале (5 баллов в случае его применения в

¹⁸⁹ Мягкие бюджетные ограничения определяются следующим образом: «лимиты расходов, утвержденные для некоторых государственных учреждений, когда предполагается, что последствия нарушения данных ограничений для их руководства не будут слишком серьезными. Например, менеджеры принадлежащей государству фирмы могут верить, что, если они будут работать в убыток или получат прибыль в меньшем размере, чем им было предписано, государство покроет убытки фирмы и с работы их не уволит. Эта ситуация противопоставляется "жестким" бюджетным ограничениям, когда результат провала достижения безубыточного уровня производства или требуемого уровня прибыльности будет для них, по всей видимости, катастрофическим (например, закрытие предприятия или увольнение его менеджеров)». Экономика. Толковый словарь. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. 2000.

¹⁹⁰ С результатами этого исследования российского читателя впервые познакомила Лебедева И.П. в своей книге «Глобализация японского промышленного производства».

неизменном виде и 1 балл в случае его полной адаптации), а объектами оценки были шесть групп методов управления компанией (организация труда, управление производством, поставки деталей и материалов, групповое сознание, трудовые отношения, отношения между материнской компанией и ее зарубежным филиалом), которые подразделялись на 23 элемента¹⁹¹. Соответствующий коэффициент рассчитывался как по каждому отдельному элементу, так и по группам методов управления для японских предприятий, расположенных в разных регионах мира. Получившиеся значения для групп элементов приведены в табл. 24.

Таблица 24.

Степень внедрения японской системы организации и управления производством на зарубежных филиалах промышленных компаний по данным исследования JMNESG

Группы элементов	Континентальная Европа	Центральная и Восточная Европа	Великобритания	США	НИЭ	АСЕАН	КНР
1. Организация труда	3,0	3,3	3,4	2,9	3,7	3,3	3,5
2. Управление производством	3,1	3,3	3,5	3,3	3,5	3,4	3,3
3. Поставки деталей и материалов	2,8	2,6	2,5	3,0	3,2	3,2	3,0
4. Групповое сознание	2,7	2,8	3,3	3,2	3,4	3,2	3,0
5. Трудовые отношения	3,2	3,3	3,5	3,6	3,4	3,1	3,1
6. Отношения между материнской компанией и зарубежным филиалом	3,0	2,8	2,8	3,6	2,3	2,9	2,7
Средний балл	3,0	3,1	3,2	3,3	3,3	3,2	3,2

Источник: Лебедева И.П. Глобализация японского промышленного производства. М.: Институт востоковедения РАН, 2012. С. 83.

Из данных таблицы можно сделать вывод о том, что в целом внедрение японской системы организации и управления производством осуществляется

¹⁹¹ Подробнее см.: Лебедева И.П. Глобализация японского промышленного производства. М.: Институт востоковедения РАН, 2012. С. 77-82.

в Китае с не меньшими усилиями, чем во всех остальных регионах мира. Это можно видеть по средним баллам, которые имеют близкие значения для всех рассмотренных стран / регионов. Очевидно также стремление японских компаний придерживаться как в Китае, так и во всех остальных географических точках привычных для них методов управления (коэффициенты ближе к своему верхнему значению, чем к нижнему). Однако применить японские методы в полной мере не удастся нигде.

Какие именно трудности испытывают японские компании при осуществлении своей предпринимательской деятельности в КНР можно понять, проделав более детальный анализ элементов¹⁹². Некоторые из элементов, которые внесли свой вклад в понижение общих показателей, получили низкий балл не только в Китае, но и в других странах и регионах мира. К таким элементам относятся, например, «условия поставок» из группы «поставок деталей и компонентов» (оценивалась продолжительность отношений между головной фирмой и ее поставщиками). Этот элемент получил низкие оценки (менее трех) для большинства рассмотренных стран и регионов мира, что отражает необходимость приспособливаться к условиям местных поставщиков. Очень низкое значение (меньше двух) было получено для японских филиалов во всех рассмотренных странах и регионах по элементу «локализация менеджмента» (из последней группы). Это является следствием нежелания японских компаний передавать контроль иностранным работникам и, соответственно, высокой доли японцев в общем числе занятых на управленческих позициях.

Однако существуют и такие элементы, значения для которых по китайским филиалам заметно отличаются от их значений по филиалам японских компаний в других странах и регионах мира (как правило, в меньшую сторону, т.е. в Китае наблюдается сравнительно большая адаптация элементов управления к местным условиям). Это относится, прежде всего, к

¹⁹² Полные таблицы приведены в книге: Japanese Hybrid Factories (A Worldwide Comparison of Global Production Strategies). Ed. by Tetsuo Abo. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007 на стр. 13 и 134-135. Последующий анализ основан на данных этих таблиц.

группе «управление производством». Не слишком успешно, например, применяются в Китае японские методы контроля качества и управления производственным оборудованием (значения коэффициентов для КНР оказываются ниже, чем для Северной Америки, Великобритании, Р. Кореи и Тайваня). В КНР также было получено более низкое, чем в Р. Кореи и Тайване значение коэффициента по элементу «ремонт и поддержание оборудования», что означает меньшую степень доверия в этом вопросе местным специалистам.

Элементы с более низким, чем для других стран и регионов значением были выявлены и в группе «трудовые отношения»: так, для «процедуры найма», «характера занятости» (последний оценивался по уровню текучести кадров и усилиям, прилагаемым для удержания работников в компании) и «разрешения конфликтов» значения по КНР были ниже, чем по Северной Америке, Континентальной Европе, Р. Кореи и Тайваню. В группе «групповое сознание» значение элемента «деятельность малых групп» (учитывалась степень участия в них работников), как ни странно, оказалось в Китае на уровне Северной Америки и Европы, но ниже, чем в Р. Кореи и Тайване. По элементу «обмен информацией» (между работниками) той же группы значение для Китая оказалось ниже, чем для всех остальных регионов мира (кроме Континентальной Европы).

Все это подтверждает наш тезис о том, что вопреки представлению о близости Японии и Китая и, следовательно, легкости осуществления предпринимательской деятельности японскими компаниями в КНР, это не совсем так. Особенно серьезные сложности представляют, по всей видимости, управление трудом и контроль производственного процесса.

Тем не менее, несмотря на разошедшиеся исторические пути двух стран и существенные различия в деловой среде как на макро, так и на микроуровне, общее культурное пространство, безусловно, во многих отношениях облегчает японским компаниям деятельность на китайском рынке и дает им определенные преимущества перед западными

конкурентами. Об этом свидетельствует способность японских компаний применять действенные подходы к решению многих, казалось бы, нерешаемых проблем и находить в конечном итоге общий язык со своими китайскими партнерами.

§ 2. Проблема управления трудом

Наём местного персонала имеет для японских компаний, оперирующих в Китае, принципиально важное значение. Очевидно, что китайские специалисты лучше ориентируются на рынке и хорошо знают предпочтения китайских потребителей. Местный персонал также необходим для более эффективного сотрудничества с китайскими компаниями и государственными структурами, так как жители КНР лучше знакомы с особенностями ведения бизнеса в своей стране.

Тем не менее, задача управления трудом в Китае оказалась для японских компаний одной из сложнейших. Доля компаний, которые жалуются на проблемы в этой сфере, согласно периодически проводившимся на протяжении 2000-х гг. «Организацией по содействию японским инвестициям в Китае» опросам, превышает 90%, а по результатам обследования организации «Джетро» около 30% компаний даже планировали в 2012 г. сократить масштабы своих операций в КНР из-за нехватки кадров¹⁹³.

Проблемы, с которыми сталкиваются японские компании в сфере управления трудом, начинаются еще на этапе найма. В первую очередь следует отметить, что молодые китайцы в основной своей массе не стремятся трудоустроиться в японские компании, о чем свидетельствует ежегодно

¹⁹³ Дай 7/8/9-дзи никкэй кигё анкэто тёса сюкэйкэка (гайё) (7/8/9-й опрос японских предприятий – итоги). «Организация по содействию японским инвестициям в Китае», 2003-2007 гг.; Дзай Адзия/Осэания никкэй кигё кацудо дзиттай тёса (Обследование деятельности предприятий с японским капиталом в Азии и Океании). «Джетро», 2012. С. 24.

составляемый с 2003 г. китайским рекрутинговым агентством «China HR» рейтинг 50 наиболее популярных среди выпускников китайских ВУЗов китайских и иностранных компаний. На протяжении последних десяти лет в данный рейтинг входило лишь небольшое число японских компаний – от одной до трех (в разные годы в нем присутствовали такие компании с японским капиталом, как «Guangzhou Honda», «Matsushita Denki», «Guangzhou Toyota», «Sony»), и располагались они довольно далеко от первых позиций рейтинга. В целом же компании с иностранным капиталом занимают в последние годы довольно существенную часть в этом списке, хотя их популярность снижается на фоне наращивающих свою мощь китайских конкурентов (если в 2003 г. их было 34 из 50, то в 2012 г. – 19 из 50). В 2012 г. с японской стороны в рейтинг не попала ни одна компания, а включенные в него иностранные компании были преимущественно с европейским или американским капиталом¹⁹⁴.

Помимо непопулярности как объекта трудоустройства, для японских компаний характерен высокий показатель увольнений китайских сотрудников по собственному желанию. По данным китайского государственного кадрового агентства «China International Intellectech Corp.» (СИИ), в 2008 г. коэффициент увольнения по собственному желанию в компаниях с японскими инвестициями составил 15,3% и был выше, чем в компаниях с европейским и американским капиталом (для таких категорий, как технические специалисты и менеджеры нижнего и среднего звена). При этом значительная часть работников покидала компанию через 3-5 лет после трудоустройства, что создавало большие проблемы для работодателя¹⁹⁵.

По данным того же агентства, в 2012 г. основными причинами смены места работы китайскими сотрудниками японских компаний стали:

¹⁹⁴ Отчеты рекрутингового агентства «China HR» за разные годы. URL: <http://www.chinahr.com> (дата обращения 11.01.2014).

¹⁹⁵ Жици цзай жэньли цзыюань гуаньли со мяньлинь дэ тяочжань юй цзяньи (Вызовы, стоящие перед компаниями с японским капиталом в области управления персоналом и предложения по борьбе с ними). Материал рекрутинговой компании «HRoot». URL: <http://www.hroot.com/contents/68/88728.html> (дата обращения: 11.01.2014).

относительно низкий уровень заработной платы (73,4%), недостаточные возможности для карьерного роста (54,4%), недостаточность стимулов для продолжения трудовой деятельности (38,6%) и несправедливость системы оплаты труда (36,6% случаев ухода)¹⁹⁶.

Представляется, что причины этих проблем во многом связаны с особенностями модели управления японских компаний, в частности с их системой оплаты труда, стимулирования и мотивации трудовой деятельности персонала.

Обычно корпоративную управленческую систему Японии связывают с пожизненным наймом и оплатой труда по старшинству, а не в зависимости от достижений и / или квалификации сотрудника, как это делается в компаниях с западной системой управления. Такая организационная модель основывается на фундаментальных ценностях японского общества – гармонии, четкой иерархии, эгалитаризме, на стремлении японцев избегать неопределенность, разделять ответственность и оказывать взаимную поддержку. Будучи уникальным явлением, система пожизненного найма подразумевает совершенно особую организацию первоначального отбора персонала и модель его трудовой мотивации. На стадии отбора предпочтение отдается найму людей, легко поддающихся обучению в необходимых для компании областях, часто вне зависимости от их специальности (преимущественно это выпускники). Новые сотрудники нанимаются с расчетом на долгосрочное трудоустройство и преданность компании. Взамен они получают сравнительно предсказуемый карьерный рост, возможности обучения и социальные гарантии на протяжении всего срока занятости. Таким образом, компания становится для них второй семьей¹⁹⁷.

¹⁹⁶ Цао Фэй. Чжунчжи жици синьчоу шуцзюй цзеду (Разъяснение статистики заработной платы на предприятиях с японским капиталом компанией «Чжунчжи»). СИС, 2013.

URL:<http://wenku.baidu.com/view/789f02c8d5bbfd0a79567360.html> (дата обращения: 11.01.2014). С. 18

¹⁹⁷ Здесь освещены лишь ключевые моменты японского корпоративного устройства. Подробнее см.: Лебедева И.П., Маркарьян С.Б., Молодякова Э.В. и др. Японский феномен. Под ред. Саркисова К.О. М.: ИВ РАН, 1996. С. 128-149. Данной проблематике посвящены также работы Матрусовой Т.Н. (см., например: Организация как социо-техническая система и управление персоналом в японской фирме // Труд за рубежом. 1999. № 4; Японская система управления трудом в условиях глобализации экономики // Труд за рубежом. 2001. № 1 и др.).

Элементы данной системы переносятся и на зарубежные японские филиалы. Однако как можно заключить из результатов сравнительного опроса, проведенного в 2003 г. профессором Дунбэйского университета финансов и экономики (КНР) Лю Чанли, китайский персонал с большей готовностью принимает западную корпоративную систему (см. табл. 25).

Таблица 25.

Японская и западная системы управления: мнения китайских сотрудников* о различных аспектах работы в компании

Вопросы	Сотрудник компании с японским капиталом	Сотрудник компании с канадским капиталом
Об уровне заработной платы	Заработная плата выше, чем на госпредприятиях, но недостаточно высока, чтобы привлечь высококвалифицированный персонал.	Для центрального Китая (где находится предприятие) заработная плата достаточно высока, в пекинском филиале она, вероятно, будет еще выше.
О карьерном росте	Поскольку успешно справлялся с обязанностями, через три года после устройства в компанию был переведен в отдел из десяти человек на должность менеджера. Занимает эту должность уже шесть лет; есть вероятность, что станет начальником отдела, но считает, что перспектив меньше, чем у друзей, работающих в западных компаниях.	Главное внимание в компании уделяется образованию, навыкам и опыту работы. При наличии способностей любой может добиться успеха. Так, одна женщина по прошествии шести лет после трудоустройства была назначена начальником отдела.
О локализации менеджмента	Большая часть руководителей компании и ее отделов японцы. Некоторые японские компании поощряют локализацию менеджмента, но даже тогда функции китайских менеджеров номинальны; реальный же контроль за всеми аспектами деятельности компании, в первую очередь за принятием решений, остается в руках японцев. Вопреки представлениям о коллективном духе и согласии в японских компаниях, это часто приводит к конфликтам.	Сразу после учреждения компании в офисе было 4-5 канадцев, но они исполняли консультативные функции. В настоящее время нет ни одного канадского сотрудника. В целом в западных компаниях много директоров из Гонконга и Тайваня, а также китайцев, получивших образование не в Китае.
Об отношении к иностранцам	Ощущается неравноправие между японскими и местными сотрудниками. Иногда наблюдается высокомерное	Европейцев и, особенно, американцев оценивает как более открытых и приветливых, чем японцев.

	отношение японских начальников к китайским подчиненным, более лояльное отношение к японцам. Существуют различия в оплате труда.	
Общие ощущения от работы	Тяжелые ощущения от постоянного подчинения японским начальникам, сложно расслабиться. На этом фоне друзья из западных компаний выглядят уверенными в себе и жизнерадостными. Если будет возможность, хотел бы сменить работу.	Не ощущает, что работает на предприятии с иностранным капиталом, так как все коллеги китайцы. Не ощущает дискомфорта. Распределение обязанностей четко и ясно, и с их выполнением проблем не возникает. Хотел бы и дальше здесь работать.
В целом о системе управления компанией	Китайцы хорошо знают о преимуществах японской системы, но поскольку она не соответствует китайским ценностям и потребностям, у местных сотрудников не возникает желания делать что-то для компании. Крупные японские компании напоминают китайские госпредприятия тем, что подчиняются центру, а филиалы имеют мало свободы. Из-за этого они упускают много возможностей. Сверхурочная работа оплачивается и является японской традицией, поэтому уже привык работать сверхурочно.	Хотя принципы управления канадскими предприятиями не так широко изучены, как японские, они были приняты в Китае очень хорошо. Канадцы поощряют активность и ориентированы на результат, график работы свободный. Оплата скорее зависит от достижения цели, чем от количества отработанных часов. Это мотивирует прилагать больше усилий, потому что никто не хочет работать сверхурочно.

Источник: Лю Чанли. Никкэй кигё ва обэй кигё-то курабэ надзэ кэйэй гэнтিকা-га окурэ-о тотта ка (Почему локализация менеджмента японских предприятий опаздывает по сравнению с западными). Доклад на конференции в Международном университете Хагоромо (Осака) 25 февраля 2004 г. URL: web.cenet.org.cn/upfile/61004.doc (дата обращения: 09.2011).

*Обоим сотрудникам, участвовавшим в опросе, около тридцати лет, они окончили университет в 1995 г. и сразу поступили на работу в офисы предприятий с иностранным капиталом. На момент опроса оба занимали должности менеджеров отделов.

Из обобщенных в таблице результатов опроса можно сделать вывод о том, что китайский сотрудник, работающий в компании с канадской системой, ощущает себя более комфортно. В японской же системе ситуация менее благоприятна. Те черты управления японской компании, которые считаются ее преимуществами, далеко не всегда распространяются на китайских сотрудников: их не принимают как полноценных членов

коллектива, они имеют более скромные перспективы карьерного роста и ограниченные возможности участия в принятии важных решений. Помимо этого, возникающие конфликты нарушают присущую японским компаниям гармонию.

Одну из причин нераспространения преимуществ японской корпоративной культуры на китайцев можно видеть в том, что систему пожизненного найма с сопутствующими ей привилегиями, по всей видимости, довольно сложно применить в КНР, учитывая высокую текучесть кадров. Можно также предположить, что большую роль играют консерватизм и закрытость японского общества, особенно сильно проявляющиеся в экономике¹⁹⁸. Ведь даже иностранцы, которые работают в японских компаниях (в т.ч. в филиалах известных зарубежных компаний) в Японии, нередко сталкиваются с дискриминацией, не дающей им возможность реализовать свой потенциал и во многих случаях приводящей к неравенству в оплате труда и возможностях карьерного роста¹⁹⁹. Что касается китайских филиалов, большую роль здесь играет то, что заработную плату японским сотрудникам выплачивает японская головная компания в соответствии со средним японским уровнем заработной платы, а китайскому наемному персоналу – сам филиал с учетом местных условий, поэтому возможности японских и китайских работников изначально не являются равными. Показательно, что китайцы стремятся трудоустроиться в японскую компанию в Японии, а не в Китае, ссылаясь на ощутимый разрыв в предлагаемых уровнях заработной платы (3000-5000 юаней в случае трудоустройства в Китае и 15000-30000 юаней – в случае трудоустройства в Японии)²⁰⁰.

¹⁹⁸ См. Таити Сакаия. Что такое Япония? М.: Партнер Ко Лтд, 1992. С. 74.

¹⁹⁹ Считается, что в Японии иностранцу сложнее, чем японцу попасть в штат компании и занять руководящую должность. В связи с этим многие иностранцы долгое время работают в статусе внештатных сотрудников (*хакэнсяин*).

²⁰⁰ По информации сайта «Douban». URL: <http://www.douban.com/group/topic/27389322/> (дата обращения: 13.01.2014).

Управление в китайском офисе также часто находится в руках японцев. Многие японские компании имеют пирамидальную структуру, где все начальники – японцы, а подчиненные – китайцы²⁰¹. В случае создания совместного предприятия в зависимости от доли каждой из сторон генеральным директором офиса назначается японский сотрудник, а его заместителем – китаец, или наоборот. При этом головной офис стремится контролировать все аспекты деятельности компании из Японии. Основной состав менеджмента также присылается из Японии. В целом, японские компании неохотно нанимают китайский персонал на руководящие позиции. Даже в компании «Matsushita» через десять лет после выхода на китайский рынок в руководстве не было ни одного китайца²⁰².

Все эти особенности системы управления японских корпораций широко известны на китайском рынке труда, создают им не слишком хорошую репутацию и приводят к тому, что китайские кадры, в особенности квалифицированные, не стремятся работать в компаниях с японским капиталом.

Начиная с 1995 г. в соответствии с «Постановлением об управлении персоналом на предприятиях с иностранными инвестициями» филиалы иностранных компаний получили право нанимать персонал напрямую или через специальные кадровые агентства наравне с китайскими компаниями. Представительства же иностранных компаний в Китае по-прежнему не могут нанимать китайских сотрудников напрямую и обязаны обращаться для этого в специальную государственную «Корпорацию по обслуживанию иностранных предприятий» (FESCO) или другую уполномоченную организацию. Несмотря на казалось бы упрощенную процедуру поиска кадров, филиалы японских компаний сталкиваются с рядом проблем,

²⁰¹ Интервью президента японской компании «Minami Fuji Sangyo» Сугияма Садахиса: «Хонсицутэки-на мондай-о кайкэцу сэ! – Суторайки тайо-э-но тэйгэн» (Насущные проблемы требуют решения! – Предложения по урегулированию проблем с забастовками). «Гэккан гуробару кэйэй» (Ежемесячный журнал «Глобальный менеджмент»). Декабрь, 2010. С. 17.

²⁰² Фурута Акитаро. Тюгоку-ни окэру никкэй кигё-но кэйэй гэнтика (Локализация менеджмента предприятий с японским капиталом в Китае). Токио: «Дзэйму кэйри кёкай», 2004. С. 77.

связанных со сложностью оформления документов во множестве инстанций, необходимостью установления связей с людьми из соответствующих кругов для получения доступа к квалифицированному персоналу, со случаями недобросовестного поведения со стороны причастных к предоставлению персонала учреждений и т.д.²⁰³.

При поиске персонала довольно остро японскими компаниями ощущается нехватка кандидатов с достаточно высоким уровнем образования²⁰⁴. Хотя в настоящее время определенная часть китайского населения имеет возможность получить высшее образование или повысить квалификацию (следствием роста доступности образования для населения стало увеличение среднего уровня заработной платы в КНР), высококвалифицированные работники сосредоточены в наиболее развитых восточных и южных провинциях страны, что является большой проблемой для компаний, желающих переместиться в центральный и западный регионы с целью снижения издержек.

Существенным препятствием для эффективной работы японских филиалов является языковой барьер. Поскольку во многих случаях командированные за рубеж японские управляющие не владеют в достаточной степени языком страны пребывания (знание языка, очевидно, не является главным критерием для отбора), китайским офисам японских компаний необходимы японоговорящие местные специалисты. По некоторым оценкам конфликты и забастовки на японских предприятиях на 20-30% вызваны незнанием сторонами языка друг друга²⁰⁵.

²⁰³ Кайгай хакэнся хандобукку. Тюгоку дзицүё ноухау дзирэйсю. (Справочник для командированных за рубеж. Сборник практических примеров из КНР). Токио: Ассоциация японских предприятий за рубежом, 2010. Том 1. С. 22-28.

²⁰⁴ См. Вакабаяси Кэйко. Тюгоку дзинко мондай о кангаэру (Размышления о проблеме населения Китая). «Гэккан гуробару кэйэй» (Ежемесячный журнал «Глобальный менеджмент»). Декабрь, 2010. С. 15.

²⁰⁵ Интервью президента японской компании «Minami Fuji Sangyo» Сугияма Садахиса: «Хонсицүтэки-на мондай-о кайкэцу сё! – Сүторайки тайо-э-но тэйгэн» (Насущные проблемы требуют решения! – Предложения по урегулированию проблем с забастовками). «Гэккан гуробару кэйэй» (Ежемесячный журнал «Глобальный менеджмент»). Декабрь, 2010. С. 17.

Целый ряд проблем, возникающих на японских филиалах, является следствием разницы в менталитетах китайских и японских сотрудников. Эта тема открывает большой простор для дальнейших исследований, но ввиду ограниченности объема работы отметим лишь некоторые наиболее интересные моменты²⁰⁶.

Представляется, что многие проблемы обусловлены сформировавшейся за период господства планово-административной экономики системой мировосприятия жителей КНР. Так, не приживается на японо-китайских СП традиционная для японских компаний восходящая модель принятия решений²⁰⁷, поскольку в представлении китайцев менеджер должен осуществлять директивный контроль сверху. С недовольством воспринимаются китайским персоналом попытки привязки оплаты труда к личному вкладу каждого отдельного сотрудника, так как зависимость бонусов и продвижения по карьерной лестнице от личного вклада вступает в противоречие с горизонтальной (когда сотрудники одного ранга получают одинаковую компенсацию) и основанной на количественных показателях системой оценки персонала на китайских госпредприятиях. К создающим конфликтные ситуации издержкам социализма можно отнести также низкий уровень ответственности и более халатное отношение китайцев к своим обязанностям, предпочтение количественных показателей качественным, недостаточное уважение к частной собственности.

Как и японское общество, китайское общество считается коллективистским. Как и японцы, китайцы часто избегают прямых ответов на вопросы и дорожат собственным «лицом». Но это лишь видимое сходство.

²⁰⁶ Далее обобщение типовых ситуаций приведено по: Кайгай хакэнся хандобукку. Тюгоку дзицуё ноухау дзирэйсю (Справочник для командированных за рубеж. Сборник практических примеров из КНР). Токио: Ассоциация японских предприятий за рубежом, 2010. Том 1, 2. Материал изложен более подробно в статье Кульневой П.В. «Как управлять китайским персоналом» (Азия и Африка сегодня. 2011. №10).

²⁰⁷ В большинстве японских компаний решения принимаются снизу вверх с участием сотрудников различных уровней. Это диктуется ценностями коллективизма, консенсуса и гармонии, а также необходимостью распределения ответственности за принятое решение.

Как ни странно, китайские сотрудники японских компаний, в отличие от японских коллег, ведут себя скорее как индивидуалисты, не проявляя такой преданности общему делу, с большей, чем японцы, легкостью меняя место работы, не принимая некоторых фундаментальных принципов японской системы найма²⁰⁸. В своем поведении они более импульсивны, самоуверенны и настойчивы.

Итак, основными проблемами, с которыми сталкиваются японские компании при управлении трудом в Китае, являются:

-непривлекательность китайских филиалов как объекта трудоустройства;

-несовершенство институциональных механизмов найма рабочей силы;

-недостаточный уровень квалификации доступной им рабочей силы;

-неадекватный менталитету китайского персонала механизм мотивации внутри компании.

Каковы же подходы к решению этих проблем?

Для формирования благоприятного имиджа японские компании участвуют в различного рода мероприятиях, позволяющих продемонстрировать высокий уровень социальной ответственности, бережное отношение к окружающей среде, последние технологические разработки и т.п. Так, японские компании широко представлены на выставках, связанных с высокими технологиями и охраной окружающей среды. Представители японского бизнеса финансируют также культурные и образовательные мероприятия в КНР. Заметна благотворительная деятельность японских бизнесменов: были, например, осуществлены пожертвования на восстановление пострадавших от ливней южных районов Китая, вложены средства в борьбу с атипичной пневмонией. Освещались также в прессе пожертвования японских компаний «Matsushita», «Shiseido»,

²⁰⁸ Так, например, одним из важнейших условий приема нового сотрудника в коллектив и его дальнейшего карьерного роста является получение опыта работы в разных подразделениях компании и прохождение всех инстанций карьерной лестницы, нередко включая ее низшие уровни, такие как кассир или секретарь. Не каждый китайский выпускник ведущего ВУЗа страны сможет на это согласиться.

«Kyocera», «Marubeni» и др. пострадавшей после землетрясений 2008 г. и 2013 г. провинции Сычуань. Все это способствует росту узнаваемости японских компаний в КНР и создает им хорошую репутацию.

Параллельно японские компании стремятся решить проблему обеспечения штата молодыми китайскими специалистами. Важную роль в этом играет сотрудничество с учебными заведениями КНР и создание при их поддержке собственных школ и центров по подготовке персонала.

Нельзя не отметить, что западные компании перешли к этой стратегии значительно раньше. Американская «Motorola», например, открыла свой университет в Пекине еще в 1974 г. К настоящему времени отделения университета есть в целом ряде городов восточного и южного Китая. Концерн «Volkswagen» наладил сотрудничество с китайскими университетами еще в 1980-е гг., сразу после создания своего первого СП (1984 г.). Однако несмотря на некоторое отставание японские компании уже успели добиться значительных успехов в этой сфере.

Одним из первопроходцев можно считать компанию «Sony». Сразу после открытия своего отделения в Китае (1996 г.) она стала сотрудничать со школами Пекина и Шанхая (осуществлялась финансовая поддержка образовательных программ, назначались стипендии). В начале 2000-х гг. был проведен масштабный конкурс по дизайну электротоваров («Кубок «Sony») среди студентов китайских ВУЗов, в котором приняли участие 40 тыс. человек. Три года подряд (2000-2003 гг.) в Пекинском университете проводился Форум по маркетингу компании «Sony»²⁰⁹.

В настоящее время сотрудничество в области профессиональной подготовки студентов и их трудоустройства осуществляют с одним из ведущих университетов КНР Цинхуа компании «Toyota», «Hitachi»,

²⁰⁹ По информации китайского сайта компании.

URL: http://www.sony.com.cn/about_sony/sony_china/220_352.htm (дата обращения: 17.01.2014).

«Toshiba», «Sony» и др.²¹⁰. Широкие связи с китайскими ВУЗами установил китайский филиал компании «Mitsubishi Electric»²¹¹.

В Китае действует также японский колледж по подготовке персонала на должности управленцев (Колледж глобального менеджмента), открытый в 2005 г. президентом компании «Minami Fuji Sangyo Co., Ltd.» Сугияма Садахиса. К настоящему времени совместно с китайскими университетами создана целая сеть отделений колледжа в восточных и центральных провинциях КНР. По состоянию на 2013 г. общее число заявок на обучение за период работы колледжа превысило 45 тыс. Многие из выпускников пополняют ряды сотрудников китайских филиалов японских компаний²¹².

Повышение квалификации кадрового состава филиалов японских компаний продолжается и после приема специалистов на работу. В этом отношении крупные компании воспроизводят традиционную для японской корпоративной культуры систему непрерывного обучения. Типичным примером является компания «Toyota», на китайских филиалах которой осуществляется постоянное совершенствование навыков сотрудников как на рабочем месте, так и с отрывом от производства с помощью тренингов и семинаров. При этом такие традиционные установки «Toyota», как ориентация на долгосрочное развитие предприятия, особое внимание к производственному процессу, командный дух и приоритет межличностных отношений (а также прочных связей с предприятиями-партнерами), подход к решению проблем на месте (*гэнти гэмбуцу*), четкая постановка целей и др. имеют место и в Китае²¹³.

Многие компании практикуют учебные командировки своих иностранных сотрудников в Японию. В их зарубежные офисы приезжают

²¹⁰ По информации сайта университета Цинхуа.

URL: <http://www.tsinghua.edu.cn/publish/th/6234/> (дата обращения: 17.01.2014).

²¹¹ По информации сайта китайского филиала компании.

URL: http://www.mitsubishielectric.com.cn/company/ind_uni.html (дата обращения: 20.01.2014)

²¹² По информации сайта «Minami Fuji Sangyo Co., Ltd.».

URL: http://www.minamifuji.com/?page_id=2053 (дата обращения: 17.01.2014).

²¹³ См. Дэн Эн. Тюгоку никкэй кигё-но дзиндзай икусэй (Развитие персонала в китайских филиалах японских компаний). Центр общих исследований Северо-Восточной Азии университета Обирин. 2011. С. 184-196.

также японские специалисты для того, чтобы передать местному персоналу свои знания. Такие обмены сыграли важную роль в обучении китайского персонала компании «Shiseido», поначалу имевшего отдаленное представление о свойствах косметики, технике макияжа и искусстве общения с клиентами²¹⁴. В результате компании удалось предложить состоятельной китайской аудитории японский уровень сервиса.

Пример «Shiseido» интересен еще и отношением компании к китайскому персоналу. В ходе реализации программ обучения учитывалась специфика китайского менталитета. Заботясь о «лице» своих китайских работников, руководство компании дало им возможность показать трудовому коллективу свои знания: прошедшие обучение у японских преподавателей китайцы затем сами становились наставниками для своих младших коллег²¹⁵. Неудивительно, что японские менеджеры особенно тонко почувствовали роль «лица» в мотивации китайского персонала, поскольку эта категория присутствует и в японской культуре.

Таким образом, японские компании стремятся передать знания о своей деловой культуре и этике, а также целях, стратегии, принципах производства и сбыта и многих других аспектах деятельности молодым китайским специалистам еще на этапе выбора ими профессии, а после трудоустройства – закрепить и усовершенствовать эти знания. Однако, как было упомянуто ранее, процент увольнений китайцев из японских компаний довольно высок, а это значит, что есть большой риск переноса ценных знаний на предприятия-конкуренты. Действительно, как отмечает китайский исследователь, многие молодые специалисты предпочитают «получить опыт

²¹⁴ Никкэй рюцу кигё-но Тюоку тэнкай: «сэкай сидзё» э но санню сэнряку (Расширение деятельности японских дистрибьюторов в Китае: стратегии проникновения на «мировой рынок»). Под ред. Кавабэ Нобуо, Хадзэяма Кэнсукэ. Институт по исследованию делового администрирования (I.R.V.A.) Университета Васэда, 2008. С. 148-150.

²¹⁵ Там же. С. 150.

в японской компании, затем заработать деньги в западной компании, а после этого обеспечить себе стабильную старость на китайском госпредприятии»²¹⁶.

Это является серьезной проблемой, поэтому огромное значение приобретает создание системы мотивации, соответствующей китайскому менталитету и способной заинтересовать местных сотрудников в продолжительной занятости.

Важным фактором удержания работников является предоставление им перспектив карьерного роста и возможности участия в принятии ключевых для компании решений. Среди японских компаний существуют те, которые с самого начала были положительно настроены в отношении локализации менеджмента.

Так, например, после открытия в 1996 г. своего шанхайского завода компания «Suntory» предоставила отделению продаж независимость, и его директором был назначен китаец. Вакансии нескольких сотен менеджеров по продажам были также заняты китайскими кандидатами. В отличие от других японских фирм, где, как правило, разработка продукции, инвестиции в основной капитал и другие аспекты деятельности контролируются головной компанией, в «Suntory» все этапы от разработки продукции до ее продажи осуществлялись с минимальным участием японского офиса²¹⁷.

Такого же подхода придерживалась компания «Matsushita Elevator» (производитель лифтов). Создав в 1987 г. СП с бывшим китайским госпредприятием, она с самого начала свела к минимуму японское вмешательство. Так как у японской стороны не было возможности получить контрольный пакет акций, генеральным директором СП стал китаец, а из Японии были направлены только заместитель генерального директора и главный инженер; остальными сотрудниками были китайцы. Участие японской стороны ограничилось консультациями по техническим вопросам и вопросам управления компанией на начальном этапе. Помимо этого,

²¹⁶ Каку Янтюн. Тюгоку синсюцу кигё-но тамэ-но бидзинэсу модэру (Бизнес-модель для выхода японских предприятий на китайский рынок). Токио: «Юйгаку сёбо», 2004. С. 86.

²¹⁷ Фурута Акитаро. Указ. соч. С. 82.

генеральный директор и инженеры были отправлены в Японию для обучения²¹⁸.

Благодаря такой политике обе компании смогли найти оптимальное сочетание китайской и японской модели. Так, китайскому директору компании «Suntory» удалось разработать эффективную стратегию сбыта, соответствующую ценностям китайской культуры и учитывающую особенности инфраструктуры КНР²¹⁹. В компании «Matsushita Elevator» была создана система четкого разделения трудовых обязанностей, введены схемы продвижения для каждой рабочей специальности посредством экзаменов (что создавало мотивацию для китайского персонала); заработная плата была на 60% фиксирована, остальные 40% были привязаны к уровню производительности труда²²⁰.

По мнению первого заместителя генерального директора «Matsushita Elevator» Сайто Кэндзи успеха удалось достичь благодаря тому, что стороны сделали шаг навстречу друг другу, взаимно приспособив свои подходы к управлению компанией²²¹.

Говоря о сочетании деловых культур, интересно также отметить опыт одной японской компании (не названной по причине конфиденциальности), наладившей производство в г. Тяньцзинь. Поскольку на завод было нанято большое число простых местных рабочих, для улучшения понимания японской системы была использована китайская символика – карточки с изображением национального героя Великой культурной революции Лэй Фэна, которые вручались за особые достижения и обменивались на бонусы и прибавки к заработной плате, а также отражались на карьерном росте²²².

Таким образом, японские компании используют самые разные меры для решения стоящих перед ними проблем по управлению трудом. Эти меры

²¹⁸ Там же. С. 86.

²¹⁹ Подробнее см. гл. 3, § 5 диссертационной работы.

²²⁰ Фурута Акитаро. Указ. соч. С. 86.

²²¹ Там же.

²²² Кайгай хакэнся хандобукку..., том 1. С. 55.

можно разделить на два направления: с одной стороны, делаются попытки научить молодых китайских специалистов «мыслить по-японски» и помочь им «вписаться» в японскую модель управления компанией; с другой стороны – японские менеджеры прилагают значительные усилия по изучению китайского менталитета²²³ и использованию этих знаний для достижения взаимопонимания между японским менеджментом и китайским персоналом. Как показывает практика, важным фактором успешного сочетания моделей управления является назначение местных специалистов на руководящие должности, что повышает мотивацию китайского персонала и позволяет решить многие текущие проблемы компании. Однако по мнению президента «Minami Fuji Sangyo» С. Сугияма, степень локализации менеджмента в китайских филиалах японских компаний пока значительно уступает их западным, китайским и даже корейским конкурентам²²⁴. Это является одной из причин сохраняющейся непопулярности японских компаний как объекта трудоустройства. Очевидно, что многим японским компаниям еще предстоит преодолеть свою закрытость и консерватизм.

§ 3. Проблема контроля качества продукции

В 2011 г. 50% опрошенных организацией «Джетро» японских компаний разных отраслей, которые осуществили прямые инвестиции в КНР, отметили, что испытывают трудности с управлением ее качеством²²⁵.

²²³ В последнее десятилетие Ассоциация японских предприятий за рубежом публикует большое количество материалов и руководств для филиалов и представительств японских компаний в КНР. Множество руководств публикуется также организацией «Джетро».

²²⁴ Интервью Сугияма Садахиса: «Хонсицутэки-на мондай-о кайкэцу сэ! – Суторайки тайо-э-но тэйгэн» (Насущные проблемы требуют решения! – Предложения по урегулированию проблем с забастовками). «Гэккан гробару кэйэй» (Ежемесячный журнал «Глобальный менеджмент»). Декабрь, 2010. С. 16.

²²⁵ Дзай Адзиа/Осэаниа никкэй кигё кацудо дзиттай тёса (Обследование деятельности предприятий с японским капиталом в Азии и Океании). «Джетро», 2012. С. 41.

Особая актуальность этой проблемы для японских компаний обусловлена их ориентацией на КНР как на производственную и экспортную базу и тем, что большой объем изготовленной там продукции поставляется на чрезвычайно требовательные к уровню качества рынки Японии и других развитых стран.

Отношение потребителей развитых стран к продукции китайского происхождения нельзя назвать положительным²²⁶. Согласно результатам опроса американского центра по исследованию общественного мнения «Pew Research Center», в 2008 г. 93% японцев считали, что продукция, сделанная в КНР, менее безопасна, чем сделанная где-либо еще, и только 4% респондентов ответили, что не видят разницы²²⁷. В целом, 2007-2008 гг. вошли в историю как период серии скандалов в связи с многочисленными отзывами партий бракованной продукции китайского происхождения по всему миру. В Японии в 2008 г. осуществлялись возвраты партий игрушек и электротоваров, произошел также получивший широкий резонанс инцидент с китайскими «отравленными» пельменями.

Японские компании осознают необходимость обеспечения достойного качества продукции, изготовляемой на китайских заводах и фабриках, особенно остро, ведь перед ними стоит непростая задача поддержания высокой планки японского качества, заслужившего прекрасную репутацию во всем мире.

Главным препятствием для этого, на наш взгляд, является несоответствие китайского и японского подходов к управлению качеством. Если система контроля качества продукции в японской промышленности, пройдя долгий путь развития после Второй мировой войны, к настоящему времени уже вполне сформировалась и опирается на четкие методы и

²²⁶ Причины девальвации бренда «сделано в Китае» были проанализированы нами в статье «Проблема контроля качества китайской продукции и опыт ее решения японскими компаниями» (Вестник МГУ. Серия 13. Востоковедение. 3/2012).

²²⁷ По информации, размещенной в блоге экономиста Мицухаси Такааки.

URL: http://members3.icom.home.ne.jp/takaaki.mitsuhashi/data_08.html (дата обращения: 18.04.2012).

принципы, то этого нельзя сказать о китайской системе, которая по-прежнему далека от совершенства и не имеет всеобъемлющего характера.

Хотя с момента основания Китайской народной республики (1949 г.) промышленное производство в Китае развивалось в соответствии с советской плановой моделью, за несколько десятилетий политики «реформ и открытости» предприятия приобрели бóльшую самостоятельность и освободились от директивного давления государства. У них появилась возможность научиться передовым методам управления качеством у иностранных компаний. Так, некоторое распространение получила японская система всеобщего контроля качества TQM, а с 90-х гг. в стране стала активно внедряться международная система стандартов ISO9000²²⁸. Однако в целом в менталитете менеджеров и рядовых сотрудников китайских предприятий до сих пор сохраняется много пережитков командно-административной системы. Низкой остается степень ответственности за совершенные ошибки, оставляет желать лучшего добросовестность и основательность подхода к решению поставленных задач. В целом, уровень культуры производства на большинстве предприятий по-прежнему остается невысоким.

Что касается японской системы управления качеством, то как известно, ее основными особенностями являются: широкий охват (участие в процессе всех звеньев компании, а не поручение работы узкоспециализированным профессионалам); обширные образовательные программы и большое количество тренингов на производстве; активная деятельность «кружков качества» (QC) и т.д. Нельзя также не отметить впервые примененный японцами принцип непрерывного совершенствования «кайдзэн», введенные ими оригинальные статистические методы контроля качества и способы оптимальной организации производственного процесса (например,

²²⁸ Подробнее см.: Юань Хэ. Тююку кигё-ни окэру хинсицу канри-но тэнкай катэй-ни кансүру кэнкю (Исследование процесса развития системы управления качеством на китайских предприятиях). Рююку бидзинэсу рэбю (Бизнес-обзор университета Рююку). №12. 2011. URL: <http://hdl.handle.net/10519/1232> (дата обращения 23.01.2014). С. 53.

статистические методы Тагути, «бережливое производство» компании «Toyota» и др.). Большое значение имеют также свойственные японским компаниям ориентация на долгосрочную работу с поставщиками и стремление предотвращать все возможные ошибки, а не исправлять их по факту.

Все эти подходы и методы нашли отражение в японской концепции всеобщего контроля качества (TQM), которая хотя и формировалась в послевоенный период под воздействием западной (в первую очередь американской) корпоративной культуры, представляет собой чисто японское явление. Эта система продемонстрировала такую эффективность, что многие ее черты были заимствованы на Западе.

Первой проблемой, которая встает перед иностранной компанией, желающей наладить производство в Китае, является поиск надежного, способного обеспечить достаточно высокий уровень качества продукции объекта инвестирования. Задача осложняется тем, что предприятия в КНР многочисленны, а их состав разнороден. Наряду с несколькими крупными компаниями с хорошей репутацией, где размещают заказы всемирно известные и чрезвычайно требовательные к качеству продукции иностранные фирмы, в Китае существует целое море заводов и фабрик среднего и малого масштаба, образовавшихся в результате санкционированного государством, но по сути стихийного процесса создания волостных и поселковых предприятий и приватизации госпредприятий. Непростой оказывается также задача поиска среди этой массы предприятий возможных поставщиков необходимого оборудования, деталей и компонентов для производства.

Подход японского бизнеса к поиску партнеров в Китае отличается основательностью и осторожностью. Ранее говорилось о том, что в ряд ключевых отраслей китайской экономики японские компании пришли позже, чем их американские и европейские конкуренты. Говорилось также о том, что японские инвесторы не спешат с продвижением в более развитые центральные регионы Китая, и во многих случаях сфера их деятельности

пока ограничена восточными и юго-восточными провинциями страны (см. главу 2). Это связано с длительностью процесса принятия решений в японских компаниях, одна из причин которой – стремление руководства взвесить все возможные риски. Продолжительное время, как правило, занимают подготовительные этапы сотрудничества, в том числе переговоры с потенциальными партнерами.

Особенно заметен такой подход у японских автомобильных компаний. Это не удивительно, если учитывать, что автомобилестроение является самой крупной и наиболее репрезентативной с точки зрения качества продукции отраслью японской промышленности, которая в то же время обладает чрезвычайно сложным с технологической точки зрения производственным процессом. Запуску первых заводов крупнейших японских автомобильных компаний в КНР предшествовал длительный период изучения рынка этой страны, переговоров с потенциальными партнерами, создания необходимой производственной инфраструктуры. Рассмотрим в качестве примера стратегии выдвижения в Китай компаний «Toyota» и «Honda».

«Toyota» начала экспортировать свои автомобили в КНР еще в 1960-е гг., но первое СП с капиталом компании было учреждено в стране только тридцать лет спустя. В 70-80-е гг. осуществлялись переговоры высшего руководства «Toyota» с рядом китайских предприятий, и на некоторые из них передавались технологии и методы производства «Toyota». Но только в 90-е гг., когда перспективы развития автомобильной отрасли КНР стали более определенными, стал очевиден огромный потенциал роста внутреннего рынка и, что немаловажно, был найден подходящий китайский партнер – «First Automotive Works» (FAW) – компания перешла в активную фазу переговоров о создании с ним совместного предприятия. В результате учрежденное в 1998 г. в провинции Сычуань предприятие «Sichuan FAW Toyota Motor» стало первым СП «Toyota» в Китае. За несколько лет до этого был сделан еще один важный шаг: в 1995 г. в Тяньцзине был открыт

технологический центр «Toyota»²²⁹. Хотя эта мера была отчасти связана с промышленной политикой китайского руководства²³⁰, открытие технологического центра, безусловно, имело одной из своих целей формирование условий для производства качественных автомобилей.

Аналогичного подхода, но со своей спецификой придерживалась и компания «Honda». Чтобы получить представление о производственных возможностях КНР в 1980-е гг., она инвестировала капитал в производство двухколесного транспорта. Перед тем, как перейти к активной инвестиционной стратегии в 90-е гг. и заключить соглашение о создании СП по производству автомобилей с китайским заводом, она инвестировала средства в несколько местных компаний-производителей деталей и компонентов, в том числе двигателей. Это должно было гарантировать качественные поставки на сборочные заводы компании в будущем. Мудрым решением со стороны руководства «Honda» при создании своего первого СП в Гуанчжоу (1999 г.) стало использование мощностей компании «Peugeot», покинувшей свой гуанчжоуский завод незадолго до этого²³¹ (одной из причин вынужденного ухода «Peugeot» стали как раз неудачи с локализацией производства деталей и компонентов, которые были предотвращены «Honda» благодаря ее удачной стратегии). В наследство от «Peugeot» японской компании достался также большой штат квалифицированных работников.

На примере японских автомобильных компаний можно видеть, какая масштабная подготовительная работа предшествует началу производства японской продукции в КНР. Серьезно подходят к выбору партнера в КНР и принятию решения об инвестировании и компании других отраслей. Заметную вспомогательную роль в этом процессе играют организация

²²⁹ Кёдайка сүру Тюоку кэйдзай то никкэй хайбуриддо кодзё (Превращающийся в экономического гиганта Китай и японские гибридные предприятия). Под ред. Камияма Кунио. Токио, 2005. С. 130-132.

²³⁰ В группу «поощряемых» сфер деятельности иностранных компаний Индустриального каталога по иностранным инвестициям КНР издания 1995 г. было включено открытие в стране центров исследования технологий, применяемых в автомобилестроении.

²³¹ Кёдайка сүру Тюоку кэйдзай то никкэй хайбуриддо кодзё (Превращающийся в экономического гиганта Китай и японские гибридные предприятия). Под ред. Камияма Кунио. Токио, 2005. С. 136-137.

«Джетро», Министерство экономики, торговли и промышленности (МЭТП) Японии, Организация по содействию японо-китайскому инвестиционному сотрудничеству, банки (предлагающие помимо прочих и услуги по аудиту китайских предприятий), консалтинговые компании.

Значительные усилия по обеспечению высокого качества продукции прилагаются и на самих совместных предприятиях. При управлении предприятием с японским капиталом японская сторона стремится по мере возможности применить на нем привычные для себя методы контроля качества продукции. Исследования показывают, что многие подходы к управлению производственным процессом, применяемые в Японии, переносятся на японские гибридные²³² предприятия, располагающиеся в разных странах мира. Для Китая средняя по японским промышленным компаниям степень локализации таких параметров производственного процесса, как используемое оборудование, его техническое обслуживание и контроль качества продукции составила от 2,2 до 2,9 по пятибалльной шкале (т.е. локализация имеет место, но отдается предпочтение японскому оборудованию и японским методам управления)²³³.

Данные коэффициенты являются лишь обобщенным показателем, который различается в зависимости от формы сотрудничества между японской и китайской компанией (в случае заключения субподрядного соглашения на обработку и сборку, например, заставить производителя перейти на японскую систему довольно сложно) и отрасли инвестирования. Согласно вышеупомянутому исследованию, степень локализации производственного процесса на японских гибридных предприятиях в электромашностроении была несколько ниже, чем в автомобилестроении (1,4 против 2,0), в основном за счет предпочтения первой группой предприятий

²³² Гибридные предприятия можно определить как предприятия, сочетающие элементы разных систем управления. Подробнее об исследовании и его методах см. гл. 3, §1.

²³³ Japanese Hybrid Factories (A Worldwide Comparison of Global Production Strategies). Ed. by Tetsuo Abo. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007. P. 134.

японского оборудования и более активного внедрения на них японских методов контроля качества²³⁴.

Различается по отраслям и степень локализации используемых в производственном процессе деталей и компонентов.

Использование хорошего оборудования и поставка качественных деталей и компонентов является одним из важнейших факторов обеспечения требуемого уровня качества на производстве. Представители японского бизнеса считают, что качество деталей и компонентов наиболее высоко у японских производителей, далее следуют поставщики из Тайваня и Гонконга. Наименее же надежны производители континентального Китая, закупки у которых, тем не менее, дают наибольшую экономию²³⁵.

Изменение степени локализации производства деталей и компонентов для японских предприятий в КНР можно проследить по данным МЭПТ Японии. В 2001 г. средняя доля закупок в Японии по всем японским промышленным филиалам составляла около 38% при доле закупок в Китае чуть более 40% (остальная часть закупок приходится на третьи страны). Очевидно, что поначалу японские компании не полагались в достаточной степени на китайскую производственную базу как на надежный источник поставок.

К настоящему времени ситуация изменилась, и в 2011 г. в КНР закупалось уже более 60% деталей и компонентов, а в Японии – 26%. Можно предположить, что это связано не только с постоянным стремлением японских компаний к снижению издержек, но и с повышением качества местной промежуточной продукции вследствие происшедших положительных изменений в промышленности КНР и активизации деятельности японских малых и средних предприятий, являющихся одним из важных источников поставок.

²³⁴ Ibid. P. 134.

²³⁵ Материалы семинара японской консалтинговой компании «KPI Management» от 21 мая 2011 г.

Несмотря на повышение роли Китая и снижение роли Японии как источника поставок деталей и компонентов, в наиболее важных для японских компаний или требующих особенно высокого уровня качества продукции производственных сферах предпочтение по-прежнему отдается поставкам из Японии. Так, компании, занимающиеся изготовлением производственного оборудования, закупают в Японии 40% компонентов. Столь же велика доля Японии в закупках производителей средств связи и информации (что может быть также связано с соображениями безопасности). В то же время в производстве химической, текстильной продукции, электроники и офисного оборудования доля компонентов, поставляемых из Японии, существенно ниже и колеблется в районе 20%. Следует также отметить, что в ключевых отраслях заметную долю в поставках деталей и компонентов местными предприятиями занимают компании с японским капиталом. Так, в машиностроении на них приходится от 25 до 40% местных поставок (наиболее велико это значение для транспортного машиностроения)²³⁶.

Очевидно, что степень локализации основных компонентов японской системы контроля качества индивидуальна для каждого предприятия, зависит от среды, в которой оно находится и решений менеджмента. В связи с этим практически невозможно дать какую-либо обобщенную характеристику стратегии японского бизнеса по управлению качеством в КНР. Но большой интерес, на наш взгляд, представляют подходы отдельных компаний к этой проблеме и опыт применения ими элементов японской модели управления качеством на японо-китайских СП.

Вероятно, активнее всего японские методы управления качеством внедряются на автомобилестроительных предприятиях, что связано с особенностями регулирования отрасли (предъявлявшимися поначалу требованиями передачи технологий и преобладанием формы СП), а также со спецификой производственного процесса. На СП «Toyota» в Гуанчжоу,

²³⁶ Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий) МЭТП Японии за разные годы. URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html>.

например, поставки материалов и компонентов осуществляются «точно в срок» (*just-in-time*) в соответствии с традиционным подходом компании; осуществляется «сглаживание» производственного плана (*хэйдзюнка*), которое позволяет увеличить объемы и расширить номенклатуру выпуска в условиях ограниченности времени для выполнения заказа; применяется подход «всеобщего управления качеством» (TQM), подразумевающий, что возможные проблемы с качеством конечного продукта необходимо выявлять и устранять на всех этапах производства²³⁷.

Заметно влияние японской системы и на заводе «Panasonic» в Циндао. Отдел по управлению качеством призывает к участию в обеспечении высокого качества продукции работников всех уровней. Акцент делается на предотвращении проблем, а не на их решении после возникновения: работники должны выявлять проблемы на месте (принцип *гэмба*) и сообщать о них вышестоящему начальству. Приветствуется вынесение ими предложений об улучшении качества продукции. Этим занимаются также функционирующие на заводе «кружки качества» (QC). В целом заметен высокий уровень организации процесса управления качеством, стремление к постоянному совершенствованию всех его аспектов с целью повышения ценности продукта для потребителей²³⁸.

Большое внимание на заводе «Panasonic» уделяется также непрерывному обучению персонала без отрыва от производства. Это говорит об осознании японской стороной существующих различий в менталитете между китайскими и японскими работниками, о понимании руководством

²³⁷ См. Ван Хунгао, Хуан Чжиган. Фэнтянь шэнчань фанши дэ тэдянь цзи ци инъюн фэньси (Особенности способа производства компании Тойота и анализ его применения). Улю цзишу юй юньюн (*Logistics & Material Handling*). 2007/2. С. 93-94.

Отметим, что «Toyota» относится к консервативным компаниям. В кризисный период 1990-2000-х гг. она отказывалась от традиционных подходов к управлению производственным процессом и сложившейся системы поставок более неохотно, чем «Nissan» (см. Лебедева И.П. Автомобильная промышленность Японии: национальные особенности // Япония. Ежегодник, 2011).

²³⁸ Пиньчжи гуаньли дэ цзичу (Основы управления качеством). Презентация отдела по управлению качеством. Panasonic Electronic Devices (Qingdao) Co., Ltd., 2007

URL: <http://doc.mbalib.com/view/c71c649ba82c52e650b618b4d7ae1a74.html> (дата обращения: 31.01.2014).

компании того факта, что существенная часть проблем с качеством продукции связана с человеческим фактором.

Интересный подход, учитывающий различия в уровне квалификации японских и китайских сотрудников – с одной стороны, и сложности с удержанием местного наемного персонала на рабочем месте в течение длительного времени – с другой, применила компания «Fuji Xerox». Компания прилагает усилия для упрощения дизайна изделий и характеристик производственного оборудования с тем, чтобы качественный продукт можно было изготовить где угодно: в любой стране и с любым составом работников. Иными словами, она стремится стандартизировать производственный процесс и создать как можно более благоприятные условия для работы на производственной линии. В то же время компания прилагает определенные усилия и для обучения местного персонала своим ноу-хау²³⁹.

Важная особенность подхода компании «Fuji Xerox», на наш взгляд, состоит в том, что ответственность за качество продукции не перекладывается только на работников зарубежных заводов компании: наряду с этими заводами участие в обеспечении бездефектного производственного процесса принимает и японский офис, приспособлявая производственные стандарты компании к непростым местным условиям. Ответственность, таким образом, делится между японской и китайской стороной.

Представляется, что основополагающий принцип взаимоотношений японских компаний со своими китайскими партнерами может быть выражен японским словом «торикуми», подразумевающим объединение усилий и кооперацию, в противовес похожему слову «торихики», которое означает простую сделку. Именно так называет взаимоотношения с китайскими фабриками исполнительный директор центрального офиса по управлению

²³⁹ Баба Дзюндзи. Фудзи дзэроккусу-но Тюгоку сэйсан татиагэ-но поинто то хинсицу канри (Ключевые моменты запуска производства и обеспечение качества продукции в Китае компанией Fuji Xerox). Июнь, 2005. URL: <http://www.fujixerox.co.jp/support/xdirect/magazine/rp0506/05061a.html> (дата обращения: 15.02.2012).

производством одного из ведущих японских производителей одежды «Uniqlo» Нагаи Хироси (работавший также ранее с производственным отделом компании «Toyota» по юго-восточной Азии). Несмотря на то, что все поставки «Uniqlo» из Китая осуществляются по контракту (у компании нет собственных заводов в КНР), центральный офис регулярно посылает в Китай команду «ветеранов» японской швейной промышленности для обучения поставщиков. По словам Х. Нагаи, китайские фабрики, хотя и испытывают порой недовольство чрезмерным вмешательством и строгостью заказчика, в конечном итоге остаются в выигрыше, повышая свои производственные возможности и получая больше шансов найти новых иностранных клиентов в будущем. При этом удается добиться большей лояльности и усердия со стороны китайских поставщиков²⁴⁰.

§ 4. Борьба с контрафактной продукцией

Несмотря на то, что как член Всемирной торговой организации КНР присоединилась к соглашению системы ВТО по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС), с 1980 г. является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) и ратифицировала ряд ключевых международных соглашений в этой сфере (в том числе Парижскую конвенцию, Бернскую конвенцию и Всемирную конвенцию об авторском праве), ситуация с защитой интеллектуальной собственности в стране оставляет желать лучшего. Наиболее серьезной проблемой, с которой сталкиваются здесь иностранные компании, является массовая имитация их продукции китайскими заводами и фабриками и ее незаконная продажа на китайском и мировом рынке. Потери в виде

²⁴⁰ Юникуро сико:дзюцу (Искусство мышления «Uniqlo»). Под ред. Янаи Тадаси. Токио: «Синсёся», 2009. С. 237-248.

недополученной прибыли от продаж и неполученных от китайских компаний роялти и лицензионных платежей, которые несет мировой бизнес, измеряются весьма значительными суммами²⁴¹.

Осознание ценности интеллектуальной собственности в Китае настолько низко, что изготовление подделок приобрело характер массового культурного течения, именуемого по-китайски «шаньчжай»²⁴². Имитируется все: от канцелярских товаров до военных самолетов, и имитация при этом не отождествляется с кражей, а воспринимается даже как инновация китайского типа²⁴³. Такое отношение к интеллектуальной собственности кардинально отличается от отношения к ней японцев, не представляющих, что продуктом чьего-либо интеллектуального труда можно воспользоваться бесплатно и без разрешения.

Согласно исследованию Патентного бюро Японии, японские деловые круги считают КНР наименее благополучным в плане защиты интеллектуальной собственности государством. В 2011 г. незащищенность интеллектуальной собственности в этой стране стала причиной потерь для 64,4% опрошенных японских компаний (больше всего среди них было производителей товаров повседневного спроса, машиностроительной продукции, текстиля и продуктов питания), а совокупный объем нанесенного ущерба оценивался в 25 млрд. иен (около 315 млн. долл.). При этом по количеству японских компаний, которым был нанесен ущерб, Китай превзошел все остальные страны Азии вместе взятые (не включая Японию)²⁴⁴.

²⁴¹ По оценке Комиссии по международной торговле США, в 2009 г. потери американского бизнеса вследствие нарушения прав интеллектуальной собственности в КНР составили 48 млрд. долл. – более двух третей стоимости американского экспорта в эту страну (2013 United States Trade Representative Report to Congress on China's WTO Compliance. P. 7).

²⁴² Слово «шаньчжай», которым изначально называли укрепленный разбойничий пункт в горах, используется в современном южно-китайском сленге для обозначения производящих поддельную продукцию полуподпольных заводов и фабрик или самой этой продукции. В широком смысле оно может относиться к имитации чего угодно, в том числе известных телепрограмм или популярных певцов.

²⁴³ Подробнее о культуре «шаньчжай» и отношении китайского бизнеса к праву копирования иностранных товаров см.: Завадский М. Копирайт с китайской спецификой. «Эксперт» №35 (672), 14.09.2009.

²⁴⁴ 2012 нэндо мохо хигай тэса хококусё (Отчет по исследованию ущерба от нарушения прав интеллектуальной собственности за 2012 г.). Патентное бюро Японии, 2013.
URL: http://www.jpo.go.jp/torikumi/mohouhin/mohouhin2/iittai/pdf/2012_houkoku/2012shousai.pdf (дата обращения: 20.02.2014). С. 8, 10, 22.

Наибольшее распространение псевдояпонская контрафактная продукция имеет в провинциях Гуандун, Чжэцзян, Цзянсу, Шаньдун, а также в пригородах Шанхая²⁴⁵, т.е. в традиционных центрах активности японского бизнеса. Однако контрафактные товары распространяются и за пределы Китая, приводя к существенным потерям японских компаний в других странах Азии, а также в Америке, Европе и даже Африке²⁴⁶. Таким образом, серьезность проблемы и ее глобальный характер очевидны.

Говоря о подходах японских компаний к решению проблемы нарушения прав интеллектуальной собственности в КНР, в первую очередь следует отметить осознание японскими деловыми кругами и правительством страны ее всеобъемлющего характера и необходимости объединения усилий. Помимо активного сотрудничества между отдельными компаниями (по данным опроса Патентного бюро Японии, около 20% компаний осуществляют на постоянной основе обмен информацией, многие компании проводят совместные расследования, организуют семинары и другие мероприятия²⁴⁷) существует программа правительства Японии, нацеленная на создание глобальной системы защиты интеллектуальной собственности в регионе и во всем мире²⁴⁸. Однако пока эта программа является не более чем проектом, а Китай по-прежнему остается территорией с высокой степенью риска.

Формы нарушения прав интеллектуальной собственности в КНР многообразны, а поведение китайских компаний и административных структур (которые нередко закрывают глаза на вопиющие нарушения, поддерживая отечественный бизнес) бывает непредсказуемым, поэтому

²⁴⁵ Там же. С. 49-51.

²⁴⁶ Там же. С. 10.

²⁴⁷ Там же. С. 73.

²⁴⁸ См. Титэки дзайсан-ни кансүру ронтэн сэйри: титэки дзайсан ни-ёру кёсорёку кёка, кокусай хёдзюнка канрэн (Основные вопросы, связанные со стратегией защиты интеллектуальной собственности: усиление конкурентоспособности и введение международных стандартов). Департамент продвижения стратегии защиты интеллектуальной собственности. Секретариат Кабинета министров Японии. Апрель, 2013.

разработать универсальную стратегию борьбы с данной проблемой невозможно.

Основной мерой, которая практикуется японскими предпринимателями, является законодательное закрепление прав интеллектуальной собственности, в первую очередь путем регистрации в КНР патентов и торговых марок: к ней прибегают почти 80% компаний. Помимо этого, около 20% компаний проводят расследования, делают предупреждения нарушителям и направляют жалобы в соответствующие инстанции, чтобы добиться от них ответных мер²⁴⁹. В то время как последние меры направлены на активную борьбу с последствиями недобросовестного поведения компаний-нарушителей, регистрация патентов и торговых марок важна для его предотвращения.

Японские компании активно регистрируют в Китае свои патенты. По накопленному за 1985-2011 гг. числу заявлений о патентовании изобретений, полезных моделей и дизайна, поданных в Государственный офис интеллектуальной собственности КНР, Япония занимает первое место среди всех иностранных государств с заметным отрывом от находящихся на втором месте США (общее число заявлений Японии по трем вышеупомянутым объектам интеллектуальной собственности составило более 240 тыс., США – в два раза меньше)²⁵⁰. Активно регистрируются японские торговые марки: по количеству заявлений об их регистрации Япония заняла в 2011 г. второе место после США (23 тыс. и 30 тыс. заявлений соответственно)²⁵¹.

Тем не менее, несмотря на все усилия и предусмотрительность, японские компании сталкиваются с многочисленными случаями нарушений. Часто конфликты с китайскими компаниями возникают из-за того, что они

²⁴⁹ 2012 нэндо мохо хигай тэса хококусё (Отчет по исследованию ущерба от нарушения прав интеллектуальной собственности за 2012 г.). Патентное бюро Японии, 2013. С. 69 (общая статистика по всем компаниям, действующим в Японии и за рубежом).

²⁵⁰ Статистический ежегодник по патентам 2011 г. Государственный офис интеллектуальной собственности КНР. URL: <http://www.sipo.gov.cn/ghfzs/zltjib/jianbao/year2011/a/a11.html> (дата обращения: 07.02.2014).

²⁵¹ Annual Development Report on China's Trademark Strategy. PRC Industry of Commerce, 2011. URL: http://www.saic.gov.cn/sbjEnglish/tjxx_1/201205/P020120507691517978449.pdf (дата обращения: 07.02.2014). P. 104

опережают японских предпринимателей с регистрацией торговой марки в КНР (предвидя, что известная японская компания собирается выйти на китайский рынок), либо регистрируют торговую марку с похожим названием (или с тем же названием, но в другой отрасли). Подобные проблемы наблюдаются практически во всех сферах деятельности японского бизнеса. В 2012 г. Патентным бюро Японии был зафиксирован 171 случай незаконного получения китайской фирмой прав на японскую торговую марку. В число жертв попали такие бренды, как «Yonex» (аксессуары для бадминтона, тенниса и гольфа), «Muji» (одежда и бытовые принадлежности) и «Crayon Shinchon» (популярный японский мультсериал)²⁵².

В связи с проблемой имитации известных брендов интересно также отметить, что компания «Matsushita» (производитель электроники), которая в 2008 г. была официально переименована в «Panasonic» (раньше «Panasonic» был одной из торговых марок «Matsushita») продолжает функционировать в КНР под своим старым названием, имея в виду накопленный в этой стране опыт по защите бренда «Matsushita» и его устоявшуюся репутацию. За десятилетия присутствия на китайском рынке руководству компании пришлось приложить немало усилий по борьбе с китайскими подделками, и распространение контрафактной продукции после регистрации нового бренда нанесло бы компании огромный ущерб²⁵³.

Своевременная регистрация торговых марок в КНР, таким образом, не помогает поставить интеллектуальную собственность японских компаний

²⁵² Тюгоку, Нихон бурандо-о каттэ-ни сёхё тороку, нихон кигё-но хигаи синкокука (Рост ущерба, понесенного японскими компаниями вследствие произвольной регистрации японских торговых марок в Китае). Business Journal. 30.08.2013. URL: http://biz-journal.jp/2013/08/post_2806.html (дата обращения 06.02.2014).

Примечание: конфликт вокруг японского мультсериала «Crayon Shinchon» имеет долгую историю. Он начался тогда, когда в 1997 г. эта торговая марка была впервые незаконно зарегистрирована одной из китайских компаний. С тех пор владелец торговой марки «Futaba Publishers Ltd.» периодически обнаруживает контрафактную продукцию с атрибутами героев популярного мультсериала и активно борется с ее производителями.

²⁵³ Тюгоку синъё дэкину Пана-га Тюгоку гэнти токацу гайся-кара Мацусита камбан-о хадусану «рию» ва... («Причина», по которой не доверяющая Китаю компания «Panasonic» не снимает вывеску «Matsushita» со своей китайской штаб-квартиры). Интернет-версия газеты «Санкэй». 15.01.2014. URL: http://sankei.jp.msn.com/west/west_economy/news/140115/wec14011507010000-n1.htm (дата обращения: 06.02.2014).

под надежную защиту. То же самое можно сказать и о регистрации патентов. Понимая это, некоторые японские предприниматели специально не патентуют в КНР объекты промышленной собственности, чтобы не раскрывать свои технологические достижения. Еще одним методом косвенного воздействия на нарушителей является быстрое обновление товарного ассортимента: новые товары предлагаются потребителям с такой скоростью, что китайские конкуренты не успевают изготавливать подделки. Действенной мерой считается также построение определенного имиджа компании и закрепление у потребителей ассоциации с определенным уровнем качества. Это должно позволить им без труда определять подделки²⁵⁴.

Как справедливо отмечает Саплин-Силановицкий Ю.В., в суровой китайской действительности японскому бизнесу зачастую приходится применять гибкие, нестандартные подходы. Действительно, иногда эти подходы могут быть довольно радикальными. Так, в работе Саплина-Силановицкого описано поглощение в 2001 г. дочерним предприятием компании «Honda» китайского производителя мотоциклов «Хайнань Синьдачжоу», который делал точные копии ее продукции. Стратегия компании «Honda» оказалась эффективной и не только помогла ей сократить масштабы производства контрафактной продукции в КНР, но и дала возможность получить доступ к сети поставщиков комплектующих и увеличить объем продаж²⁵⁵.

Хотя это не единственный пример сотрудничества японской компании с китайским нарушителем прав интеллектуальной собственности, столь масштабных и успешных акций пока больше не наблюдалось.

²⁵⁴ Тюгоку сидзэ кайтаку-ни идому тусё кигё: сэйко-ни мукэта бидзинэсу модэру-но кэнсё (Завоевывающие рынок Китая малые и средние предприятия: бизнес-модели, ведущие к успеху). «Джетро». Сентябрь, 2013. URL: <http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001493/07001493.pdf> (дата обращения: 07.02.2014). С. 14.

²⁵⁵ Саплин-Силановицкий Ю.В. Стратегия японских компаний в Китае // Япония. Ежегодник, 2004/2005. С. 173.

Представляется, тем не менее, что в большинстве случаев применение радикальных стратегий борьбы с последствиями правонарушений не искореняет главную причину проблемы – восприятие потребителями наплыва контрафактной продукции как нормального явления и соответствующее отношение к данному рынку как производителей, так и дистрибьюторов. На это обратила внимание Токийская телевизионная компания (TV Токуо), и хотя ее продукция имеет совершенно иной характер, чем продукция компании «Honda», а территория деятельности расположена не в Китае, ее подход в определенной степени можно считать эталоном для компаний других отраслей, оперирующих в КНР.

Руководство «TV Токуо» сделало ставку на то, чтобы показать интернет-сайту tudou.com, транслировавшему видеоконтент компании без лицензии, выгоду сотрудничества на законной основе, а потребителям контента – дать возможность оценить более высокое качество лицензионного продукта. Компания стала предоставлять вебсайту популярные в КНР мультсериалы с китайскими субтитрами в ускоренном режиме (в течение часа после их показа в Японии) для бесплатной трансляции китайским зрителям. Таким образом поставка лицензионного контента стала опережать загрузку на сайт tudou.com и другие сайты-конкуренты его копий с худшим качеством изображения. Поскольку разница между лицензионным и контрафактным продуктом была очевидна, это привело к заметному росту количества пользователей сайта tudou.com, а соответственно и денежных поступлений от размещенной на нем рекламы. По мнению руководства японской телекомпании, хотя при дальнейшем расширении сферы применения этой стратегии может возникнуть ряд сложностей (китайский рынок видеоконтента отличается высокой степенью государственного контроля), она должна способствовать коренному изменению сознания китайских компаний и потребителей²⁵⁶.

²⁵⁶ «Сюкан тоёкэйдзай». 29. 09. 2012. С. 78.

Очевидно, однако, что формирование нового отношения китайских производителей и потребителей к рынку контрафактной продукции – длительный процесс, который требует структурных изменений в экономике КНР. Проблема заключается в том, что основная масса китайского населения пока не может позволить себе приобрести дорогостоящую «настоящую» продукцию и вынуждена довольствоваться дешевыми копиями. Это создает огромный рынок для подделок. По всей видимости, экономике Китая придется пройти еще долгий путь, прежде чем страна перейдет на новый уровень потребления.

§ 5. Создание сетей дистрибуции

По мере роста покупательной способности жителей КНР и насыщения спроса в развитых странах действующие в Китае японские компании все больше ориентируются на внутренний рынок страны. За последнее десятилетие доля продукции, предназначенной для сбыта в КНР, в объеме продаж китайских филиалов увеличилась практически во всех промышленных отраслях, в том числе довольно заметно – в производстве потребительских товаров: продуктов питания, текстиля, химии, электроники (см. табл. 26).

Таблица 26.

Доля продаж на китайском рынке в общем объеме продаж китайских филиалов японских компаний

Отрасль	2001 г. (%)	2011 г. (%)
Пищевая промышленность	81,6	94,1
Текстильная промышленность	32,3	50,4
Целлюлозно-бумажная промышленность	92,0	77,8*
Химическая промышленность	71,7	80,2
Нефтяная и угольная промышленность	86,2	95,8
Черная металлургия	91,2	89,9*
Цветная металлургия	83,0	77,3

Общее машиностроение	24,5	61,1*
Электромашиностроение	35,5	47,8
Производство средств связи и информации	36,5	33,8
Транспортное машиностроение	82,2	86,3
Точное машиностроение	39,5	-
Вся обрабатывающая промышленность	46,4	64,7

* Данные за 2010 г.

(Остальная продукция идет на экспорт в Японию и третьи страны)

Составлено по Кайгай дзигё кацудо кихон тёса (Обследование зарубежной деятельности японских предприятий МЭТП Японии за разные годы). URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kaigaizi/result-2.html> (дата обращения: 15.03.2014).

Китайский внутренний рынок открывает перед иностранными компаниями все больше возможностей. Вместе с тем сбыт продукции в стране – непростая задача, требующая от предпринимателей разработки грамотных стратегий и решения множества проблем на разных этапах продвижения товара на рынок.

Важнейшей задачей, которая встает перед компанией, желающей предложить свой товар китайским потребителям, является поиск каналов сбыта. Китай обладает обширной территорией и огромным рынком, на котором присутствует множество игроков. Это определяет сложность системы дистрибуции, работающей с участием многочисленных агентов, оптовых компаний и субдистрибьюторов. По официальным данным, в настоящее время в Китае действуют около 140 тыс. оптовых и розничных продавцов (в три раза больше, чем на момент полной либерализации отрасли в 2004 г.)²⁵⁷. Деятельность такого числа продавцов довольно тяжело поддается координации и контролю. Свою роль сыграла и скорость либерализации: торговые и дистрибьюторские сети быстро расширились, не успев накопить необходимый управленческий опыт. В результате управление складскими запасами, организация системы поставок, подходы к продвижению товаров и в целом уровень сервиса многих агентов и магазинов оставляют желать лучшего. Отсутствие четкой организации создает также

²⁵⁷ Чжунго тунци няньцзянь (Китайский статистический ежегодник) за 2012 г.

условия для недобросовестного поведения участников сетей поставок и продавцов.

Хотя обязательства Китая перед ВТО подразумевали предоставление после 2004 г. иностранным компаниям полной свободы в распространении товаров (за редкими исключениями), на практике и в плане расширения иностранных торговых сетей в КНР, и с точки зрения их функционирования сохраняются разного рода препятствия административного характера. Кроме того, в отличие от своих китайских конкурентов, иностранные инвесторы не располагают полной информацией о китайском рынке и его организации, что не дает им в полной мере реализовать свой потенциал. Результатом этого являются слабые позиции, которые занимают в настоящее время в КНР иностранные торговые сети, в том числе японские (см. гл. 2 § 2).

На начальном этапе либерализации в КНР, когда еще не сформировалась необходимая инфраструктура для распространения и сбыта товаров, японские компании были вынуждены подходить к освоению китайского рынка с большой осторожностью. Длительное время уходило на поиск надежных партнеров. Не доверяя китайской деловой среде, некоторые компании пользовались проверенными каналами, такими как Тайвань и Гонконг. Рынки этих культурно близких к Китаю, но более развитых в экономическом плане территорий использовались также для осуществления пробных продаж с целью оценки реакции потребителей (такая практика существует и в настоящее время).

Например, компания «Nissin» (производитель лапши быстрого приготовления и других продуктов питания) изначально, еще в 1980-е гг., инвестировала капитал в предприятие в Гонконге, но с видом на китайский рынок. Только в середине 90-х гг., после того, как в Гонконге были налажены производство и сбыт и установлены прочные связи с ключевыми игроками рынка, началось освоение Китая (продвижение шло с юга на север). Одно за другим в КНР были учреждены совместные предприятия с участием гонконгского, китайского и японского капитала (в том числе капитала

универсальной торговой фирмы «Itochu Shoji»), которые занимались производством и продажей продукции «Nissin»²⁵⁸.

Существует также много примеров сотрудничества японских компаний с тайваньскими фирмами. В пищевой промышленности в 90-е гг. и начале 2000-х гг. был заключен целый ряд альянсов с участием японских компаний (среди них «Sanyo Foods», «Asahi Breweries», «Kikkoman» и другие). Партнерами с тайваньской стороны были гиганты пищевой промышленности Тайваня «Ting Hsin International Group» и «Uni-President Enterprises Corporation». Вклад японских участников альянсов состоял в первую очередь в прямых инвестициях и предоставлении технологий. В то же время сильной стороной тайваньских партнеров было знание китайского рынка и наличие сетей дистрибуции. Этими возможностями успешно воспользовались японские компании. Интересно отметить, что в альянсах принимали также участие японские «сого сёся» (универсальные торговые фирмы) «Itochu Shoji», «Mitsubishi Shoji» и «Mitsui Bussan», которые заимствовали опыт тайваньских партнеров по построению в КНР логистических систем²⁵⁹.

Подобные примеры можно увидеть и в других отраслях. Известно, например, что незадолго до выхода на китайский рынок компания «Nissan» учредила с тайваньской «Yulon Motor» СП, которое, помимо производства автомобилей «Bluebird», осуществляло их продажу в КНР через тайваньские каналы²⁶⁰. В электромашиностроении открытие японским производителем кондиционеров «Daikin» торговой компании в Гонконге в 1984 г. стало

²⁵⁸ Никкэй рюцу кигё-но Тюоку тэнкай: «сэкай сидзё» э но санню сэнряку (Расширение деятельности японских дистрибьюторов в Китае: стратегии проникновения на «мировой рынок»). Под ред. Кавабэ Нобуо, Хадзэяма Кэнсукэ. Институт по исследованию делового администрирования (I.R.V.A.) Университета Васэда, 2008. С. 157-162.

²⁵⁹ Сю Эн. Тюоку бидзинэсу-ни окэру ниттю кигё араиансу: нихон кигё ва тайтю тоси-ни тайван кигё-о кацүё субэки (Альянсы японских и тайваньских компаний в бизнесе в КНР: японские компании должны использовать тайваньские при инвестировании в Китае). Отчет Исследовательского института Фудзицу. Сентябрь, 2004. URL: <http://jp.fujitsu.com/group/fri/downloads/report/research/2004/report207.pdf> (дата обращения 20.02.2014). С. 2-3

²⁶⁰ Кёдайка сүру Тюоку кэйдзай то никкэй хайбуридо кодзё (Превращающийся в экономического гиганта Китай и японские гибридные предприятия). Под ред. Камияма Кунио. Токио, 2005. С. 134-135.

первым шагом к расширению ее сети дистрибуции на китайском рынке²⁶¹. Помимо этого, компании данной отрасли, как известно, активно пользуются услугами тайваньских OEM-производителей²⁶², имеющих обширные логистические сети.

Создание стратегических альянсов японских компаний с партнерами из континентального Китая, преследующих своей целью, помимо всего прочего, получение доступа к китайским каналам сбыта, относится к более позднему периоду. Первые такие альянсы появились только в начале 2000-х гг. (они были созданы, например, компаниями «Matsushita» и «TCL», «Sanyo» и «Haier»)²⁶³.

Тем не менее, подходы некоторых японских компаний к освоению рынка КНР отличались довольно смелыми шагами еще в 90-е гг. Так, например, как уже отмечалось, производитель алкогольных напитков «Suntory» не побоялся сразу передать функцию дистрибуции китайской стороне. После открытия своего шанхайского завода в 1996 г. компания предоставила дистрибьютору независимость, назначив его руководителем китайца. Было также нанято несколько сотен китайских менеджеров по продажам.

Оказалось, что китайские кадры представляют большую ценность для компании в плане понимания организации китайского рынка, а поручение им важных обязанностей создает сильную мотивацию. Китайским руководством была разработана эффективная стратегия сбыта, соответствующая ценностям китайской культуры и особенностям инфраструктуры КНР. Во-первых, китайские менеджеры по продажам направлялись непосредственно в магазины и, пользуясь доверием их владельцев, договаривались с ними об удобных сроках доставки товаров. Во-вторых, компании удалось

²⁶¹ Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кигё тидзю: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012. С. 105.

²⁶² Подробнее о такой форме сотрудничества, как OEM (original equipment manufacturing), см. гл. 2, §1, 1.4.

²⁶³ Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX-XXI веков. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007. С. 115-116.

организовать дистрибьюторскую сеть в обход китайской государственной системы оптовых закупок. Доставка осуществлялась из семидесяти специализированных региональных оптовых магазинов в розничные точки продажи нанятыми компанией китайскими агентами. При этом для этих агентов была создана специальная система стимулов: вознаграждение выплачивалось не за количество доставленного товара, а за активность в посещениях ими торговых точек²⁶⁴.

Можно считать, что успех компании «Suntory», который она имеет в КНР в настоящее время²⁶⁵, во многом обусловлен выбранной ее руководством стратегией дистрибуции. Однако нельзя не отметить, что такая стратегия является довольно рискованной и необычной для японского бизнеса. Анализ показывает, что в большинстве случаев японские инвесторы возлагают функции продаж на японо-китайские СП или на компании с полной японской собственностью²⁶⁶, т.е. отдают предпочтение контролю японской стороны.

Действительно, в 1990-е и начале 2000-х гг. крупные японские компании вложили значительные средства в создание собственных торговых сетей на китайском рынке. «Toshiba», например, учредила в начале 90-х гг. целый ряд СП не только по производству, но и по продажам различных категорий своей продукции (лифтов, телевизоров, ноутбуков и др.), которые были объединены в 1995 г. в единый холдинг²⁶⁷. Активные меры по формированию и оптимизации сети продаж предпринимали и другие представители данной отрасли. В автомобилестроении торговые СП, а также сбытовые компании со 100%-ной японской собственностью стали создаваться немного позже – уже в 2000-е гг. В целом, благодаря упрощению инвестиционного режима у японского бизнеса появилась возможность взять

²⁶⁴ Фурута Акитаро. Указ. соч. С. 82-84.

²⁶⁵ По данным «Китайского центра исследования брендов предприятий» (URL: <http://www.chn-brand.org/>) напитки «Suntory» входят в первую десятку по значению индекса силы бренда на рынке КНР.

²⁶⁶ См. Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кигё тидзу: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012.

²⁶⁷ Там же. С. 101.

систему сбыта под более строгий контроль. К настоящему времени у большинства действующих в КНР японских предприятий, ориентированных на внутренний рынок страны, имеются налаженные каналы дистрибуции и интегрированная в систему холдинга торговая компания.

Наблюдается тенденция к минимизации количества звеньев в сетях продаж крупных компаний: после достижения прочных позиций на китайском рынке многие из них стремятся увеличить количество собственных торговых точек. Это позволяет достигнуть существенной экономии. По некоторым оценкам при реализации текстильных товаров через крупные универмаги около 35% объема продаж «съедается» выплатами магазину, и норма прибыли составляет всего 5-10%. При открытии же своего магазина норма прибыли с учетом всех остальных издержек возрастает до 15%²⁶⁸. Помимо этого, непосредственный контроль над магазином снижает издержки управления и позволяет лучше донести до покупателя концепцию компании. По этим причинам такие фирмы, как «Uniqlo» и «Muji» предпочитают открывать в КНР именно собственные магазины. Однако далеко не все компании могут себе позволить создание в Китае собственной торговой сети, поскольку это требует хорошего знания китайского рынка, устоявшейся репутации бренда и больших финансовых возможностей.

Случаи открытия японскими компаниями собственных магазинов наблюдаются чаще в тех регионах, где время их присутствия продолжительнее и потребительский рынок имеет большой потенциал. Производители бытовой электроники, например, в крупных городах предпочитают осуществлять продажи напрямую, а в регионах действовать

²⁶⁸ Апарэру «хяккатэн игай» кайтаку – тэкуэйтэн надо-но уриагэ хирицу, Санъэ 66% (Освоение рынка одежды за пределами универмагов – 66% продаж компании «San-a» приходится на собственные магазины). Интернет-издание газеты «Нихон кэйдзай симбун». 19.08.2010.
URL: <https://messe.nikkei.co.jp/rt/news/65716.html> (дата обращения 18.02.2014).

через агентов²⁶⁹. Правильно выбранный надежный агент с широкой системой связей может стать своего рода «окном» на новый рынок.

Китайский рынок масштабен и неоднороден. Наиболее ярко эта неоднородность проявляется в разрыве по уровню развития между восточными и юго-восточными провинциями – с одной стороны, и всем остальным Китаем – с другой. Очевидно, что японским компаниям, которые привыкли предлагать высококачественные товары и ориентироваться на потребителей с высоким уровнем дохода, довольно сложно охватить весь рынок КНР. По этой причине, а также из-за того, что с момента полной либерализации прошло еще очень мало времени, среди японских компаний лишь единицы смогли охватить своей сбытовой сетью всю страну.

Одной из таких компаний является производитель востребованного во всем Китае промышленного оборудования «Komatsu». К настоящему времени компания имеет уполномоченных дистрибьюторов во всех административных единицах КНР. Благодаря четкому разделению функций среди региональных дистрибьюторов и распределению между ними ответственности, а также жесткому контролю со стороны головного офиса «Komatsu» и специально разработанной системе бонусов и наказаний, сеть работает довольно эффективно несмотря на свою масштабность. При этом «Komatsu» удалось сократить число звеньев, через которые проходит товар на пути от производителя к потребителю, до минимума: единственным промежуточным звеном является дистрибьютор, работающий в соответствующей административной единице²⁷⁰. Это говорит о высокой степени доверия между производителем и китайскими партнерами.

²⁶⁹ Тюгоку-но сизё кодзо-но доко то нихон кигё-но сэнряку (Изменение структуры китайского рынка и стратегии японских компаний). Исследовательский институт Сидзуока. 2010.4, № 99. URL: <http://global-center.jp/sp/res/20120818-174556-2745.pdf> (дата обращения 24.02.2014). С. 12-13.

²⁷⁰ Zhang Sufang, Fu Chenwei. On Komatsu's Strategy of Distribution Channels in China. International Journal of Marketing Studies. Vol. 2, No. 1. May, 2010. URL: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/viewFile/5996/4812> (дата обращения 25.02.2014). Pp. 255-256.

Однако пример «Komatsu» можно считать исключением, которое во многом объясняется спецификой продукции. На современном этапе сети дистрибуции большинства японских компаний имеют локальный характер, и многие их звенья нестабильны, главным образом из-за поведения участвующих в них китайских агентов. Японский исследователь Сугино Хитоси отмечает, что к услугам китайских агентов вынуждены обращаться большинство японских компаний, будь они производителями, продавцами или даже крупными дистрибьюторами²⁷¹. Как известно, отношения с агентами сопровождаются множеством проблем, среди которых затягивание китайскими партнерами оплаты товаров, невозможность достижения с ними согласованности и асимметричность информации²⁷².

По всей видимости, японские компании еще долго будут сталкиваться со значительными трудностями при распространении своей продукции на рынке КНР. Задача будет облегчаться по мере упорядочения китайской системы дистрибуции, заимствования китайскими агентами и продавцами опыта иностранных компаний и расширения присутствия в соответствующих отраслях инвесторов из Японии, которые пользуются у японского бизнеса наибольшим доверием.

Представляется, что в ближайшем будущем облик рынка может сильно изменить распространение торговли через интернет. Этот стремительно набирающий популярность в КНР способ продаж позволяет избежать лишних издержек и осуществлять сбыт напрямую, минуя китайских посредников. В настоящее время в Китае уже действуют крупные платформы для продаж как потребительскому, так и корпоративному сектору – Taobao (C to C), Tmall (B to C) и Alibaba (B to B). Можно предположить, что

²⁷¹ Сугино Хитоси. Тюгоку рюцу тянэру-ни окэру дайрисё-но кигё-кан канкэй-но кэйсэй: Синъёси-ни окэру дзирэй кэнкю (Формирование связей между предприятиями через агентов в китайских каналах дистрибуции: исследование примера г. Шэньян). Японская академия исследований международного бизнеса (JAIBS). Кокусай бидзинэсу кэнкю. 2009. Выпуск 1, №2. С. 119. Х. Сугино обращает внимание на особую роль и многофункциональность агентов, соединяющих производителей друг с другом, а также с розничными точками продажи в китайской системе дистрибуции.

²⁷² Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX-XXI веков. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007. С. 65-67.

японские компании будут быстро осваивать этот канал дистрибуции, поскольку имеют большой опыт в данной сфере.

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3

В настоящей главе были рассмотрены наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются компании с японским капиталом в КНР, и применяемые японским бизнесом подходы к их решению. При анализе проблем было уделено внимание фундаментальным причинам их возникновения и тем факторам, которые лежат за пределами экономической науки и осложняют либо облегчают решение проблем для японских компаний. По результатам исследования можно сделать следующие основные выводы.

1. Различие исторических путей Японии и Китая наложило заметный отпечаток на государственное и общественное устройство двух стран, сформировало у их народов определенную систему ценностей. Это становится одной из причин взаимного непонимания японцев и китайцев в ряде экономических вопросов. В то же время представляется, что общее культурное пространство (объединенное, в первую очередь, конфуцианством) создает предпосылки для облегчения решения ряда проблем, с которыми сталкиваются японские компании в КНР.
2. Наиболее актуальными на современном этапе являются проблема управления трудом, проблема контроля качества продукции, проблема контрафактной продукции и проблема поиска каналов сбыта и создания сетей дистрибуции. На протяжении последнего времени они неизменно отмечаются японскими компаниями в качестве основных и охватывают большую часть «китайских рисков», отмеченных организацией «Джетро».

3. Основными проблемами в сфере управления трудом являются непривлекательность китайских филиалов как объекта трудоустройства, несовершенство институциональных механизмов найма рабочей силы, недостаточный уровень квалификации доступной им рабочей силы и неадекватный менталитету китайского персонала механизм мотивации на филиалах японских компаний. Для обеспечения соответствия спроса на квалифицированную рабочую силу ее предложению японские компании, с одной стороны, прилагают усилия для повышения привлекательности своих китайских филиалов как объекта трудоустройства, с другой – участвуют в подготовке квалифицированных кадров, сотрудничая с китайскими учебными заведениями. На китайские филиалы переносится и японская система непрерывного обучения персонала. Однако ее эффективность нередко сводится на нет высокой текучестью кадров. Для удержания китайских работников требуется адекватный их системе ценностей механизм мотивации, и хотя многие компании стремятся учитывать особенности китайского менталитета (напр., «Shiseido», «Suntory»), в этом направлении еще предстоит проделать большую работу, в частности предоставить китайцам больше возможностей для самореализации.
4. Требования японских компаний к качеству продукции очень высоки, поэтому существенный разрыв в уровнях развития японской и китайской системы контроля качества создает для японского бизнеса немало проблем. Помимо того, что началу производства японской продукции в КНР предшествует масштабная подготовительная работа, японские компании вынуждены прилагать немало усилий для поддержания высокого качества продукции на своих китайских филиалах. Большое внимание уделяется обучению персонала, использованию надежного оборудования и закупке

качественных деталей и компонентов. В ключевых отраслях приоритетным источником поставок остается Япония. Представляется, что основополагающим принципом взаимоотношений японских компаний со своими китайскими партнерами является объединение усилий и кооперация («торикуми»). Многие крупные компании учитывают различия между японским и китайским менталитетом, стремясь научить китайский персонал мыслить «по-японски» или приспособить свои методы к более скромным возможностям китайских работников.

5. Незащищенность интеллектуальной собственности в КНР приносит японским компаниям огромные потери не только в этой стране, но и за ее пределами. Проблема настолько масштабна, что исключает возможность разработки универсальной стратегии защиты. В основной своей массе японские компании придерживаются пассивной стратегии или ограничиваются регистрацией торговой марки и патентов. Значительно реже предпринимаются радикальные подходы, начиная от судебных разбирательств и заканчивая покупкой самого производителя подделок. Довольно эффективной представляется стратегия компаний, которые пытаются искоренить проблему, повлияв на отношение китайских потребителей, производителей и дистрибьюторов к контрафактной продукции.
6. Для использования потенциала китайского рынка как направления сбыта японским компаниям приходится прилагать немало усилий по поиску надежных каналов дистрибуции и обеспечению их бесперебойного функционирования. На начальных этапах освоения рынка КНР в качестве каналов проникновения нередко использовались Тайвань и Гонконг. В 1990-е годы для некоторых компаний эффективным (хотя и рискованным) оказывалось сотрудничество с китайской стороной. По завершении либерализации сектора дистрибуции (2004 г.) многие компании

стремятся создать собственные сети и минимизировать количество звеньев, отделяющих их от конечного потребителя. Однако полностью отказаться от помощи китайских агентов не удастся, а неоднородность китайского рынка пока не дает возможности охватить его полностью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование наглядно продемонстрировало, что на протяжении последних десятилетий для расширения предпринимательской деятельности японских компаний в Китае имелись серьезные предпосылки. Речь идет, прежде всего, о процессах, происходивших в экономиках Китая и Японии, которые усилили взаимную заинтересованность предпринимателей двух стран в инвестиционном сотрудничестве. При этом экономические предпосылки дополнялись такими важными факторами, как географическая и социокультурная близость двух стран; определяющим условием экономического сближения стало также восстановление японо-китайских дипломатических отношений. Все это в конечном итоге привело к тому, что между Японией и КНР установились прочные связи по линии прямых инвестиций. В настоящее время можно говорить о сильной взаимозависимости двух экономик.

Нельзя не отметить, что в современном мире экономическая взаимозависимость стран носит не локальный, а региональный и даже глобальный характер, и те связи, которые установились между японской и китайской экономиками, находятся в русле общих тенденций. Тем не менее, как было показано в работе, процесс проникновения в КНР японского предпринимательского капитала и его функционирование в китайской экономике на современном этапе имеют заметную специфику, которая находит свое отражение в основных параметрах деятельности японских компаний и моделях их поведения (в частности, в подходах к решению возникающих проблем).

Основываясь на проведенном исследовании, можно предположить, что такие характеристики деятельности японского предпринимательского капитала в КНР, как масштабы, отраслевая и территориальная структура, не

будут оставаться неизменными, поскольку конкурентные преимущества Китая (так же, как и других стран региона) имеют не статический, а динамический характер.

В структуре прямых японских инвестиций в КНР происходят заметные качественные изменения: если поначалу японский капитал направлялся, в основном, в трудоемкие отрасли, то в последние двадцать лет все возрастающая часть инвестиций идет в капиталоемкие сектора китайской экономики и сферу услуг. Эти изменения являются проявлением постоянного поиска японскими компаниями способов оптимизации размещения в Азии своих производственных и сбытовых сетей, который осуществляется с учетом конкурентных преимуществ каждой из стран региона. Постепенная утрата Китаем некоторых своих конкурентных преимуществ (в первую очередь, дешевизны рабочей силы) и выход на первый план таких преимуществ, как огромный внутренний рынок, повышение уровня образования части населения и появление квалифицированных специалистов, заставляют одни японские компании устремлять свои взоры в сторону Китая, а другие – переориентироваться на новые направления инвестирования. В результате появляются такие упомянутые в работе модели инвестирования, как «Китай+1», «Китай+2» и «Китай+3».

В конечном итоге, изменения, которые будут происходить в характере экономических взаимосвязей Японии и Китая, будут оказывать заметное влияние на сформировавшуюся в Азии модель межотраслевого и внутриотраслевого разделения труда, а также, в определенной степени, и на общую конфигурацию мировой экономической системы. В связи с этим состояние и динамика японо-китайских экономических связей и характер взаимосвязей двух стран с другими странами региона требуют постоянного изучения. В развитие темы диссертационного исследования перспективным направлением представляется, например, изучение роли Китая и Японии в азиатских цепочках создания добавленной стоимости. Несомненный интерес

могли бы представить также результаты исследования взаимосвязей китайской и японской экономик на основе данных межотраслевых балансов.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что в обозримом будущем вряд ли в мире появится страна, которая сможет сместить Китай с тех позиций, которые он занимает во внешнеэкономической стратегии японских компаний. Во-первых, КНР является уникальной по своим возможностям производственной базой для Японии (в особенности, в производстве продукции машиностроения), со сформировавшейся инфраструктурой и удобным географическим расположением (в том числе по отношению к другим потенциальным производственным базам и источникам поставок деталей и компонентов, а также к самой Японии). Во-вторых, Китай – страна с огромной численностью населения, что не только открывает несравнимые ни с одним другим национальным рынком возможности для расширения сбыта товаров и предоставления населению разнообразных услуг, но и означает, что в стране все еще сохраняются значительные резервы рабочей силы. Наконец, японскими компаниями накоплен колоссальный опыт по взаимодействию с китайскими партнерами и решению проблем, с которыми они здесь сталкиваются, что делает их предпринимательство в этой стране все более эффективным.

БИБЛИОГРАФИЯ

Монографии

На русском языке

1. Баландин А. Япония: некоторые аспекты интернационализации экономики. М: «Академкнига» РАН, 2002
2. Каткова З.Д., Чудодеев Ю.В. Япония-Китай: любовь или ненависть? К проблеме эволюции социально-психологических и политических стереотипов взаимовосприятия (VII в. н. э. – 30-40-е годы XX в.). М.: ИВ РАН – «Крафт+», 2001
3. Лебедева И.П. Глобализация японского промышленного производства. М.: Институт востоковедения РАН, 2012
4. Лебедева И.П. Япония: промышленность и предпринимательство. М.: «Восточная литература» РАН, 2007
5. Лебедева И.П., Маркарьян С.Б., Молодякова Э.В. и др. Японский феномен. Под ред. Саркисова К.О. М.: ИВ РАН, 1996
6. Молодяков В.Э. Япония в меняющемся мире. М.: «Идеология. История. Имидж», 2011
7. Салицкий А.И. Взаимодействие КНР с мировым хозяйством. М.: МОНФ, 2001
8. Семин А.В. Японо-китайские отношения: состояние, проблемы, тенденции (конец XX – начало XXI вв.). М.: Институт Дальнего востока РАН, 2008
9. Таити Сакаия. Что такое Япония? М.: «Партнер Ко Лтд», 1992
10. Фаминский И.П., Мозиас П.М. (ред.). Внешнеэкономические связи России. М.: ВНИИВС, 2001
11. Фишер П. Прямые иностранные инвестиции для России: стратегия возрождения промышленности. М.: «Финансы и статистика», 1999

На английском языке

12. Farrell R. Japanese Investment in the World Economy. A Study of Strategic Themes in the Internationalization of Japanese Industry. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2008
13. Japanese Hybrid Factories (A Worldwide Comparison of Global Production Strategies). Ed. by Tetsuo Abo. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2007
14. John F. Cassidy. Japanese Direct Investment in China: Locational Determinants and Characteristics. New York & London: Routledge, 2002

На китайском языке

15. Каваниси Сигэтада. Цюаньцюхуа шидай дэ чжунжи цзинци вэньхуа бицзяо (Сравнение китайской и японской экономики и культуры в эпоху глобализации). Пекин: «Дачжун вэньи чубаньшэ», 2005
16. Лю Цзяньюн. Чжунго юй Жибэнь. Бяньхуачжун-дэ «чжэнлэн-цинъжэ» гуаньси (Китай и Япония. Меняющиеся отношения «политической холодности – экономического бума»). Пекин: «Жэньминь чубаньшэ», 2007
17. Чжунжи гуаньси ши (История китайско-японских отношений). Под ред. Сунь Найминь. Пекин: «Шэхуэй кэсюэ вэньсянь чубаньшэ», 2006

На японском языке

18. Дэн Эн. Тюгоку никкэй кигё-но дзиндзай икусэй (Развитие персонала в китайских филиалах японских компаний). Центр общих исследований Северо-Восточной Азии университета Обирин. 2011
19. Каку Янтюн. Тюгоку синсюцу кигё-но тамэ-но бидзинэсу модэру (Бизнес-модель для выхода японских предприятий на китайский рынок). Токио: Юйгаку сёбо, 2004
20. Камияма Кунио (ред.). Кёдайка суру Тюгоку кэйдзай то никкэй хайбуридо кодзё (Превращающийся в экономического гиганта Китай и японские гибридные предприятия). Токио, 2005
21. Никкэй рюцу кигё-но Тюгоку тэнкай: «сэкай сидзё» э но санню сэнряку (Расширение деятельности японских дистрибьюторов в Китае: стратегии проникновения на «мировой рынок»). Под ред. Кавабэ Нобуо

и Хадзэяма Кэнсукэ. Институт по исследованию делового администрирования (I.R.V.A.) Университета Васэда, 2008

22. Фурута Акитаро. Тюгоку-ни окэру никкэй кигё-но кэйэй гэнтика (Локализация менеджмента предприятий с японским капиталом в Китае). Токио: «Дзэйму кэйри кёкай», 2004
23. Янаи Тадаси (ред.). Юникуро сико:дзюцу (Искусство мышления «Uniqlo»). Токио: «Синсёся», 2009

Диссертационные работы

24. Львов Н.Л. Иностранные инвестиции в Китае как фактор экономического роста. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. М., 2002
25. Саплин-Силановицкий Ю.В. Внешнеэкономическая стратегия японских компаний в Китае на рубеже XX-XXI веков. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. М., 2007
26. Ткачева Т.О. Конфуцианство в странах Восточной Азии: исторический выбор и социальная практика: вторая половина XX в. - начало XXI в. Диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. Краснодар, 2009

Статьи

На русском языке

27. Ковригин Е.Б. Япония – Китай: официальная помощь развитию как инструмент экономического взаимодействия // Пространственная экономика, 2012, №3
28. Кульнева П.В. Влияние конфуцианских ценностей на японскую деловую этику // Япония. Ежегодник. 2012
29. Кульнева П.В. Как управлять китайским персоналом // Азия и Африка сегодня. 2011. №10
30. Кульнева П.В. Либерализация инвестиционного режима в Китае: новый этап // Мировая экономика и международные отношения. 2009. №12

31. Кульнева П.В. Проблема контроля качества китайской продукции и опыт ее решения японскими компаниями // Вестник МГУ. Серия 13. Востоковедение. 3/2012
32. Лебедева И.П. Автомобильная промышленность Японии: национальные особенности // Япония. Ежегодник. 2011
33. Матрусова Т.Н. Организация как социо-техническая система и управление персоналом в японской фирме // Труд за рубежом. 1999. № 4
34. Матрусова Т.Н. Японская система управления трудом в условиях глобализации экономики // Труд за рубежом. 2001. № 1
35. Мозиас П.М. Иностраные инвестиции в Китае: на пороге нового этапа. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXII научная конференция. М., 2002
36. Мозиас П.М. Либерализация инвестиционного режима: опыт Китая // Проблемы Дальнего Востока. 1999. № 4
37. Мозиас П.М. Свободные экономические зоны в Китае: современный этап развития. – В кн.: Общество и государство в Китае. XXXV научная конференция. М., 2005
38. Мозиас П.М. Эволюция политики «территориальной открытости» в КНР // Проблемы Дальнего Востока. 1993. № 3
39. Саплин-Силановицкий Ю.В. Стратегия японских компаний в Китае // Япония. Ежегодник, 2004/2005.
40. Тимонина И.Л. Японские корпорации в условиях мирового финансово-экономического кризиса. – В кн.: Мировой кризис и Япония. «АИРО-XXI», М., 2009
- На английском языке*
41. Aaditya Mattoo. China's Accession to the WTO: the Services Dimension // Journal of International Economic Law. 2003. № 6 (2)

42. Deng L. Understanding Japanese Direct Investment in China (1985-1993): An Intercultural Analysis. *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 56, №1 (January, 1997)
43. Keck J. Japan's Direct Investment in South East Asia // *Intereconomics*, №9, 1976
44. Kosaka H. Japanese Managerial Behavior in Strategic Planning. Case Analyses in Global Business Contexts. *Journal of Business Research*, №57, 2004
45. Nishikawa J. The Up-Grading of the Japanese Industrial Structure and Overseas Investment. Waseda University, 1989
46. Ya Qin J. Trade, Investment and Beyond: The Impact of WTO Accession on China's Legal System // *The China Quarterly*, № 191, September 2007
47. Zhang Sufang, Fu Chenwei. On Komatsu's Strategy of Distribution Channels in China. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 2, No. 1. May, 2010

На китайском языке

48. Ван Хунгао, Хуан Чжиган. Фэнтянь шэнчань фанши дэ тэдянь цзи ци инъюн фэньси (Особенности способа производства компании Тойота и анализ его применения). Улю цзишу юй юньюн (*Logistics & Material Handling*). 2007/2

На японском языке

49. Го Сычжи. Сёся санка-гата-но кайгай тоси: Тюгоку-э-но сёся санка-гата синсюцу-о тюсин-ни 1979-2000 гг. (Прямые зарубежные инвестиции с использованием торговых компаний: на примере инвестирования с участием торговых компаний в Китае в 1979-2000 гг.) // «Тэйкё кэйдзайгаку кэнкю» (Научное общество Университета Тэйкё). Т. 42, №2., 2008
50. Сугино Хитоси. Тюгоку рюцу тянэру-ни окэру дайрисё-но кигё-кан канкэй-но кэйсэй: Синъёси-ни окэру дзирэй кэнкю (Формирование связей между предприятиями через агентов в китайских каналах дистрибуции: исследование примера г. Шэньян). Японская академия исследований международного бизнеса (JAIBS). Кокусай бидзинэсу кэнкю. 2009. Выпуск 1, №2

51. Юань Хэ. Тюгоку кигё-ни окэру хинсицу канри-но тэнкай катэй-ни кансүру кэнкю (Исследование процесса развития системы управления качеством на китайских предприятиях). Рюоку бидзинэсу рэбю (Бизнес-обзор университета Рюоку). №12. 2011

Справочные и аналитические материалы

На русском языке

52. Экономика. Толковый словарь. — М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М., 2000

На английском языке

53. 2011 Report: China manufacturing hourly labor rate, compensation costs impact EMS. Материал компании «Venture Outsource»
URL: <http://www.ventureoutsource.com/contract-manufacturing/2011-china-manufacturing-hourly-labor-rate-compensation-costs-ems>
54. 2013 United States Trade Representative Report to Congress on China's WTO Compliance. URL: <http://www.ustr.gov/sites/default/files/2013-Report-to-Congress-China-WTO-Compliance.pdf>
55. Annual Development Report on China's Trademark Strategy. PRC Industry of Commerce, 2011.
URL: http://www.saic.gov.cn/sbjEnglish/tjxx_1/201205/P020120507691517978449.pdf
56. CBRC 2010 Annual Report (Отчет Комиссии по регулированию банковской деятельности Китая за 2010 г.)
URL: <http://www.cbrc.gov.cn/showannual.do>
57. China Releases New Catalogue on Foreign Investment in Industry. Информация Совета по развитию торговли Гонконга.
URL: <http://www.hktdc.com/sme/newsflash/smeflash071115.htm>
58. China's Middle Class Reaches 80 Million. Материал агентства «Euromonitor International».
URL: http://www.euromonitor.com/Chinas_middle_class_reaches_80_million

59. Consumer Electronics in China. «Euromonitor International». September, 2012
60. Foreign Insurance Companies in China. PwC, December, 2011
URL: <http://www.pwc.com.au/asia-practice/china/assets/publications/Foreign-Insurance-China-2011.pdf>
61. Foreign Insurance Companies in China. PwC, December, 2012
URL: <http://www.pwc.co.nz/KenticoFiles/0d/0d456825-4d79-407f-851c-54a4e4e9c107.pdf>
62. Main Determinants and Impacts of Foreign Direct Investment on China's Economy. OECD, December 2000.
URL: <http://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/1922648.pdf>
63. New Industrial Guidance Catalogue for Foreign Investment. Материал юридической компании «HIL»
URL: <http://www.hil-publications.com/archives/686>
64. Overview of Japanese Automobile Manufacturers' Operations in China. Japan Automobile Manufacturers Association (JAMA), 2013
URL: http://www.jama-english.jp/publications/Operations_in_China.pdf
65. The China Business Handbook 2011. Shenzhen : «ACA Publishing Ltd.», 2011
66. Where is China's manufacturing industry going? Deloitte China manufacturing competitiveness study 2011. Deloitte China Research and Insight Centre. November 2011.
URL: http://www.deloitte.com/assets/Dcom-China/Local%20Assets/Documents/Industries/Manufacturing/cn_mfg_2011_MFGreport_281211.pdf

На китайском языке

67. 2007 нянь дуй Хуа чжицзе тоуцзы дунсян (Прямые иностранные инвестиции в Китае в 2007 г.). Отчет организации «Джетро». 2007, Vol. 8. URL: <http://www.jetro.go.jp/china/data/trade/index.html/2007q.pdf>
68. Вайшан тоуцзы чанье чжидао мулу 1995/1997/2002/2004/2007/2011 (Индустриальный каталог по иностранным инвестициям за разные годы). Изд. Министерством коммерции КНР

69. Жибэнь цичэ чаншан цзай хайвай дэ шэнчань цзиди (Зарубежные производственные базы японских автомобильных компаний). JAMA Beijing, 2013
URL: http://www.jamabj.cn/world/foreign_prdct/foreign_prdct_1t1.asp
70. Жици цзай жэньли цзыюань гуаньли со мяньлинь дэ тяочжань юй цзяньи (Вызовы, стоящие перед компаниями с японским капиталом в области управления персоналом и предложения по борьбе с ними). Материал рекрутинговой компании «HRoot»
URL: <http://www.hroot.com/contents/68/88728.html>
71. Пиньчжи гуаньли дэ цзичу (Основы управления качеством). Презентация отдела по управлению качеством. Panasonic Electronic Devices (Qingdao) Co., Ltd., 2007. URL:
<http://doc.mbalib.com/view/c71c649ba82c52e650b618b4d7ae1a74.html>
72. Цао Фэй. Чжунчжи жици синьчоу шуцзюй цзеду (Разъяснение статистики заработной платы на предприятиях с японским капиталом компанией «Чжунчжи»). СИС, 2013
URL: <http://wenku.baidu.com/view/789f02c8d5bbfd0a79567360.html>
73. Энциклопедия «Байду» (URL: <http://baike.baidu.com/>)
- На японском языке*
74. 2012 нэндо мохо хигай тэса хококусё (Отчет по исследованию ущерба от нарушения прав интеллектуальной собственности за 2012 г.). Патентное бюро Японии, 2013
URL: http://www.jpo.go.jp/torikumi/mohouhin/mohouhin2/jittai/pdf/2012_houkoku/2012shousai.pdf
75. 2013 нэндо дзай Росиа никкэй кигё дзиттай тэса (Обследование деятельности предприятий с японским капиталом в России). «Джетро», 2014
URL: <http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001623/07001623-672c6587.pdf>
76. 2013 нэндо дэнки кики-но сэйсан митоси (Перспективы производства электрооборудования в 2013 г.), Ассоциация производителей электроники Японии, 2013
URL: http://www.jema-net.or.jp/Japanese/data/mitoshi/pdf/2013mi_data.pdf
77. Блог японского экономиста Мицухаси Такааки

URL: <http://members3.jcom.home.ne.jp/takaaki.mitsubishi/>

78. Дай 7/8/9-дзи никкэй кигё анкэто тёса сюкэйкэка (гайё) (7/8/9-й опрос японских предприятий – итоги). Организация по содействию японским инвестициям в Китае, 2003-2007 гг.
79. «Джетро» сэкай бёэки тоси хококу (Отчет организации «Джетро» по мировой торговле и инвестициям) за 2012 г.
URL: <http://www.jetro.go.jp/world/gtir/2012/>
80. Дзай Адзиа/Осэаниа никкэй кигё кацудо дзиттай тёса (Обследование деятельности предприятий с японским капиталом в Азии и Океании). «Джетро», 2012
URL: <http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001539/0700153901a.pdf>
81. Кайгай хакэнся хандобукку. Тюгоку дзицуё ноухау дзирэйсю. (Справочник для командированных за рубеж. Сборник практических примеров из КНР). В двух томах. Токио: Ассоциация японских предприятий за рубежом, 2010
82. Материалы семинара японской консалтинговой компании «KPI Management» от 21 мая 2011 г.
83. Нихон кигё-но кайгай тоси-но юин (Мотивы инвестирования японских предприятий за рубежом). Окурасё дзайсэй кинью кэнкюдзё «Файнансяру рёбю» (Финансовый обзор Центра по изучению финансов и денежного обращения Министерства финансов Японии). Декабрь, 1990
URL: http://www.mof.go.jp/pri/publication/financial_review/fr_list/r18/r_18_111_120.pdf
84. Нихон-но эрэкутороникусу сангё (Японская электротехническая индустрия). Центр стратегических исследований «Мицуи буссан», 2012
URL: http://mitsui.mgssi.com/issues/report/r1208i_nishino_1.pdf
85. Сэйдзогё-но кайгай тэнкай ни цуитэ: Нихон-но сэйдзогё ва «кудока» ситэйру но ка (О расширении присутствия японского промышленного сектора за рубежом: происходит ли «кудока» с японской промышленности). Исследовательский институт Мидзухо, март, 2011
URL: <http://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/report/report11-0329.pdf>

86. Тай-тюгоку тэкусэцу тоси гайкан (Обзор прямых иностранных инвестиций в Китае). Yano Research Institute
URL: <http://www.yano.co.jp/china/local/2006/0214/index.html>
87. Титэки дзайсан-ни кансуру ронтэн сэйри: титэки дзайсан ни-ёру кёсорёку кёка, кокусай хёдзюнка канрэн (Основные вопросы, связанные со стратегией защиты интеллектуальной собственности: усиление конкурентоспособности и введение международных стандартов). Департамент продвижения стратегии защиты интеллектуальной собственности. Секретариат Кабинета министров Японии. Апрель, 2013
URL: <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kyousouryoku/2013dai4/siryoub.pdf>
88. Тюгоку бидзинэсу-ни окэру ниттю кигё араиансу: нихон кигё ва тайтю тоси-ни тайван кигё-о кацуё субэки (Альянсы японских и тайваньских компаний в бизнесе в КНР: японские компании должны использовать тайваньские при инвестировании в Китае). Отчет Исследовательского института Фудзицу. Сентябрь, 2004 (на яп. яз.).
URL: <http://jp.fujitsu.com/group/fri/downloads/report/research/2004/report207.pdf>
89. Тю:гоку ни-окэру хокэн-но го-аннай (Информация о страховании в Китае). Mitsui Sumitomo Insurance Co., Ltd. Июнь, 2013 г.
URL: http://msadglobal.jp/kaigai_annai/kaigai_annai/chaina.pdf
90. Тюгоку-но сизё кодзо-но доко то нихон кигё-но сэнряку (Изменение структуры китайского рынка и стратегии японских компаний). Исследовательский институт Сидзуока. 2010.4, № 99
URL: <http://global-center.jp/sp/res/20120818-174556-2745.pdf>
91. Тюгоку сидзё кайтаку-ни идому тусё кигё: сэйко-ни мукэта бидзинэсу модэру-но кэнсё (Завоевывающие рынок Китая малые и средние предприятия: бизнес-модели, ведущие к успеху). «Джетро». Сентябрь, 2013. URL: <http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07001493/07001493.pdf>
92. Тусё кигё хакусё (Белая книга по малым и средним предприятиям) МЭТП Японии за разные годы
URL: <http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/>
93. Хитомэ дэ вакару Тюгоку синсюцу кигё тидзу: 2012-2013 нэн хан (Наглядная карта деятельности иностранных компаний в Китае в 2012-2013 гг.). The 21st Century China Research Institute, 2012

94. Хэйсэй 22-нэндо дай 1-кай сабису сангё-но кайгай тэнкай дзиттай тёса (Первое обследование расширения зарубежной деятельности предприятий сферы услуг за 2010 г.), «Джетро», март 2011 г.
URL: www.jetro.go.jp/jfile/report/07000599/service_tenkai.pdf
95. Хэйсэй 23-нэндо нихон кигё-но кайгай дзигё тэнкай ни кан-суру анкэто тёса гайё (Анкетное обследование расширения зарубежной деятельности японских предприятий за 2011 г.), «Джетро», март 2012 г.
URL: <http://www.jetro.go.jp/world/japan/reports/07000854>

Источники статистических данных

96. Ассоциация производителей автомобилей Китая
(URL: <http://www.caam.org.cn/>)
97. Ассоциация производителей автомобилей Японии
(URL: <http://www.jama-english.jp/>)
98. Бюро статистики КНР (URL: <http://www.stats.gov.cn/>), в частности, Китайский статистический ежегодник
(URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/>)
99. Бюро статистики Японии (URL: <http://www.stat.go.jp/>)
100. Государственный офис интеллектуальной собственности КНР (URL: <http://www.sipo.gov.cn/>), в частности, Статистический ежегодник по патентам (URL: <http://www.sipo.gov.cn/ghfzs/zltjib/jianbao/>)
101. Дэнси кики нэнкан (Ежегодник по электронному оборудованию). Токио: «Тюнитися», 2012 (на яп. яз.)
102. Журнал «The Banker» (URL: <http://www.thebanker.com>), в частности, его база данных (URL: www.thebankerdatabase.com)
103. Китайская ассоциация сетевых магазинов и франчайзинга КНР (URL: www.ccfa.org.cn/)
104. Китайский центр исследования брендов предприятий (URL: <http://www.chn-brand.org/>)
105. Комиссия по регулированию страхования КНР

- (URL: <http://www.circ.gov.cn/>)
106. Международная организация труда, статистический портал
(URL: <http://laborsta.ilo.org/>)
107. Министерство коммерции КНР (URL: <http://www.mofcom.gov.cn/>)
108. Министерство финансов Японии (URL: <https://www.mof.go.jp/>)
109. Министерство экономики, торговли и промышленности Японии
(URL: <http://www.meti.go.jp/statistics/>)
110. Неправительственная организация «Гэнрон»
(URL: <http://www.genron-npo.net/>)
111. Организация «Джетро»
(URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>),
в частности, портал китайского офиса
(URL: <http://www.jetro.go.jp/china/data/trade/>)
112. Правительственный сайт КНР по прямым иностранным инвестициям
(URL: <http://fdi.gov.cn>)
113. Рекрутинговое агентство «China HR»
(URL: <http://www.chinahhr.com>)
114. Японская таможня (URL: <http://www.customs.go.jp/>)

СМИ и другие информационные периодические издания

Печатные издания

115. Гэкан гуробару кэйэй» (12.2010) [на яп. яз.]
116. «Сюкан тоёкэйдзай» (29. 09. 2012) [на яп. яз.]
117. «Newsweek» (03.10.2012) [японское издание]

Электронные издания

118. «Эксперт» №35 (672) [14.09.2009]
119. «Beijing Today» (URL: <http://www.beijingtoday.com.cn/>)
120. «China Law & Practice» (URL: www.chinalawandpractice.com/)
121. «Reuters» (URL: <http://www.reuters.com/>)
122. «The Economist» (URL: <http://www.economist.com/>)
123. «Бидзинэсу дзянару» (URL: <http://biz-journal.jp/>) [на яп. яз.]
124. «Ди-и цайцзин жибао» (URL: <http://www.yicai.com/>) [на кит. яз.]
125. «Ёмиури симбун» (URL: www.yomiuri.co.jp/) [на яп. яз.]
126. «Жэньминь жибао» (URL: <http://www.people.com.cn/>) [на кит. яз.]
127. «Майнити симбун» (URL: <http://mainichi.jp/>) [на яп. яз.]
128. «Нихон кэйдзай симбун» (URL: <http://www.nikkei.com/>) [на яп. яз.]
129. «Санкэй дэдзитару» (URL: <http://www.iza.ne.jp/>) [на яп. яз.]
130. «Санкэй симбун» (URL: <http://sankei.jp/>) [на яп. яз.]
131. «Bloomberg» (URL: <http://www.bloomberg.co.jp/>) [японское издание]
132. «Jiji Press» (URL: <http://www.jiji.com/>) [на яп. яз.]
133. «Reuters» (URL: <http://jp.reuters.com/>) [японское издание]
134. «Searchina» (URL: <http://searchina.ne.jp/>) [на яп. яз.]

Сайты компаний

135. Сайт компании «Fast Retailing» (URL: <http://www.fastretailing.com/>)
136. Сайт компании «Fuji Херох» (URL: <http://www.fujixerox.co.jp/>)

137. Сайт компании «Minami Fuji Sangyo Co., Ltd.»
(URL: <http://www.minamifuji.com/>)
138. Сайт китайского филиала компании «Mitsubishi Electric»
(URL: <http://www.mitsubishielectric.com.cn/>)
139. Сайт китайского филиала компании «Sony»
(URL: <http://www.sony.com.cn/>)

Другие источники

140. Сайт университета Цинхуа (URL: <http://www.tsinghua.edu.cn/>)

Список таблиц и иллюстративного материала

Таблицы

Таблица 1. Обобщение основных теорий ПИИ.....	17
Таблица 2. Динамика средних уровней заработной платы в промышленности стран Азии.....	20
Таблица 3. Масштабы экономики КНР.....	34
Таблица 4. Значение Китая как объекта прямых зарубежных инвестиций японских компаний в 1979-2012 гг.	40
Таблица 5. Направления сбыта продукции филиалов японских компаний в Китае.....	53
Таблица 6. Доля продукции, произведенной филиалами в Китае, АСЕАН4 и НИЭ, в общем объеме зарубежного производства японских компаний.....	54
Таблица 7. Градация состояния политических отношений Японии и Китая.....	65
Таблица 8. Градация состояния экономических отношений Японии и Китая.....	66
Таблица 9. Основные этапы развития политических и экономических отношений Японии и Китая с 1972 г. по настоящее время.....	67
Таблица 10. Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае в период напряженности вокруг островов Сэнкаку / Дяюйдао.....	89
Таблица 11. Динамика отраслевой структуры прямых инвестиций японских компаний в Китае за 1990-2011 гг.	91

Таблица 12. Географическое распределение накопленных в Китае к концу 2010 г. прямых иностранных инвестиций.....	96
Таблица 13. Географическое распределение инвестиций японских компаний в Китае за 1980-2006 гг.	97
Таблица 14. Крупнейшие иностранные инвесторы в отдельных городах и провинциях КНР в 2011 г.	98
Таблица 15. Распределение количества инвестиционных проектов по трем основным формам прямых иностранных инвестиций в КНР...	109
Таблица 16. Распределение японских предприятий в КНР по доле собственности в разные годы.....	110
Таблица 17. Распределение различных форм предприятий с иностранным и японским капиталом по регионам КНР в 2013 г.....	110
Таблица 18. Основные формы осуществления японских прямых инвестиций в КНР через Тайвань.....	113
Таблица 19. Позиции иностранных и японских компаний в экономике Китая (2005-2011 гг.).....	122
Таблица 20. Отраслевая структура промышленного производства китайских предприятий и предприятий с японским капиталом (2005-2011 гг.).....	123
Таблица 21. Продажи легковых автомобилей различных категорий в Китае в 2012 г.: распределение долей рынка между брендами.....	129
Таблица 22. Деятельность крупнейших зарубежных ритейлеров одежды в КНР (по состоянию на середину 2013 г.).....	139
Таблица 23. Основные виды рисков предпринимательской деятельности японских компаний в Китае.....	151
Таблица 24. Степень внедрения японской системы организации и управления производством на зарубежных филиалах промышленных компаний по данным исследования JMNESG.....	157
Таблица 25. Японская и западная системы управления: мнения китайских сотрудников о различных аспектах работы в компании.....	163

Таблица 26. Доля продаж на китайском рынке в общем объеме продаж китайских филиалов японских компаний.....	193
------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Графики

График 1. Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае согласно китайским и японским источникам (1990-2012 гг.).....	81
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

График 2. Динамика прямых инвестиций японских компаний в Китае (1986-2011 гг.).....	84
-------------------------------------------------------------------------------------	----

График 3. Изменение долей обрабатывающей промышленности в структуре прямых иностранных инвестиций в КНР из Японии, США и в среднем по иностранным инвесторам.....	92
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

График 4. Динамика прямых инвестиций японских компаний в отдельных регионах Китая (1995-2011 гг.).....	100
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Диаграммы

Диаграмма 1. Доля прямых инвестиций японских компаний в ежегодном притоке иностранного предпринимательского капитала в экономику КНР (1983-2012 гг.).....	120
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Диаграмма 2. Доля основных инвесторов в экономику Китая в накопленном объеме прямых инвестиций (на конец 2011 г.).....	121
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----