

Транснационализация бизнеса как ключевая стратегия японских компаний в условиях кризиса

С.М. Татарина

Статья посвящена анализу деятельности японских фирм в период 2008–2011 гг. на фоне общемировых и национальных экономических процессов. Выдвигая гипотезу, что транснационализация является оптимальным путем развития японского бизнеса, автор анализирует ее основные факторы и тенденции в мировых сопоставлениях.

Для японских компаний 2008–2011 гг. стали непростыми: мировой кризис, трансформация мировой экономической архитектуры, рецессия национальной экономики, природные катастрофы предельно осложнили их деятельность. Как известно, кризис обостряет существующие проблемы, экспонируя слабые, неконкурентные элементы бизнеса, ужесточает конкурентную борьбу, но и одновременно позволяет компаниям выходить на новые рынки, заполнять новые ниши, освобождает путь для новых стратегий. Основным курсом развития японского бизнеса в условиях мирового кризиса стала его транснационализация.

Несомненно, транснационализация – не новое явление, западные компании оперируют на международном уровне на протяжении всего XX в. Японские компании вступили на путь транснационализации позже в силу экономических, исторических, политических, культурных особенностей развития Японии. Транснациональные компании (ТНК) этой страны занимают особую позицию в этом процессе, отличную от западных конкурентов. Очевидным отличием является закрытость японского бизнеса на фоне активного участия в мировых экономических процессах, о чем свидетельствует относительно низкий уровень индекса транснационализации.

Индекс транснационализации компании TNI_c рассчитывается по формуле:

$TNI_c = (A_{abroad}/A + S_{abroad}/S + EP_{abroad}/EP)/3$, где A_{abroad}/A – коэффициент транснационализации инвестиционной деятельности, A_{abroad} – зарубежные активы компании, A – общие активы компании;

S_{abroad}/S – коэффициент транснационализации торговли, S_{abroad} – объем продаж товаров и услуг зарубежными филиалами, S – общий объем продаж товаров и услуг;

EP_{abroad}/EP – коэффициент транснационализации занятости, EP_{abroad} – зарубежный штат компании, EP – общий штат работников компании¹.

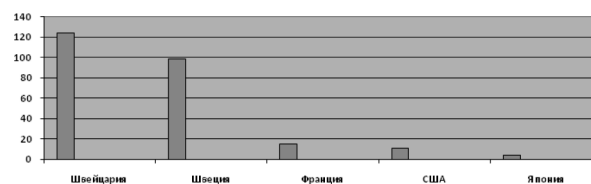


Рис. 1. Коэффициент транснационализации НАОКР некоторых развитых стран 2002 г., %

Источник: World Investment Report 2006, World Investment Report 2005 annex, Рассчитано как отношение зарубежных инвестиций в НАОКР к общей сумме инвестирования в НАОКР японскими ТНК.

Татарина Софья Михайловна – аспирантка кафедры мировой экономики МГИМО(У) МИД России.
E-mail: sofiaatat@gmail.com

Даже у лидера наиболее транснационализированной автомобильной отрасли японской экономики – компании «Тоёта» – этот индекс варьировался за последние 20 лет от 30 до 50% (70–80-е места, по оценкам ЮНКТАД, среди крупнейших ТНК), тогда как по размерам активов компания занимает высокие позиции. То же можно сказать и о других известных японских ТНК – «Хитати», «Мицубиси», «Ниссан» и др.² Помимо того, транс-национализация НИОКР Японии явно отстает от крупных развитых стран Запада (см. рис. 1).

Еще одна особенность транснационализации «по-японски» – преобладание экзогенных факторов: нефтяные кризисы 1970-х гг., заключение соглашения Плаза о двукратной ревальвации иены в 1985 г., кризис «экономики мыльного пузыря» 1990-х гг. Эти события становились причиной всплеска зарубежной инвестиционной активности японских компаний (см. рис. 2). В западных же теориях транснационализации этот процесс рассматривается скорее как естественный результат внутрифирменного и внутриэкономического развития (теория жизненного цикла товара Р. Вернона, эклектическая теория и основанная на ней модель пути инвестиционного развития нации Дж. Даннинга и пр.).

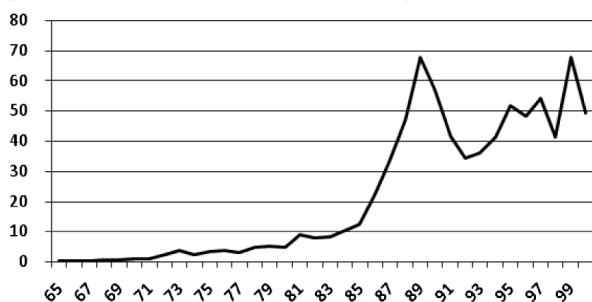


Рис.2. Поток японских ПЗИ в 1965–2000 гг., млрд долл.

Источник: Japanese External Trade Organization, URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>

Учитывая вышеизложенное, представляется актуальным и целесообразным проанализировать основные факторы, проблемы и специфику транснационализации японского бизнеса на современном этапе, а также их корреляцию с общемировыми тенденциями. Автор выдвигает гипотезу, что, несмотря на негативные последствия высокой зависимости экономики Японии от внешних рынков, транснационализация является оптимальным путем развития японского бизнеса в современном экономическом контексте. Ибо интенсификация данного процесса является необходимым условием выживания японских компаний в ужесточившейся конкурентной борьбе на глобальном уровне, а также и условием удержания лидирующих позиций Японии в мире.

Экономика Японии в условиях мирового кризиса

Мировой кризис, начавшийся в США в 2007 г., повлиял на архитектуру экономик всего мира. Вопреки оптимизму японского правительства, утверждавшего, что экономика страны защищена от американского финансового кризиса, что он для

страны – «не более чем укусы пчелы»³, экономика Японии испытала самое сильное падение среди развитых стран (см. рис. 3).

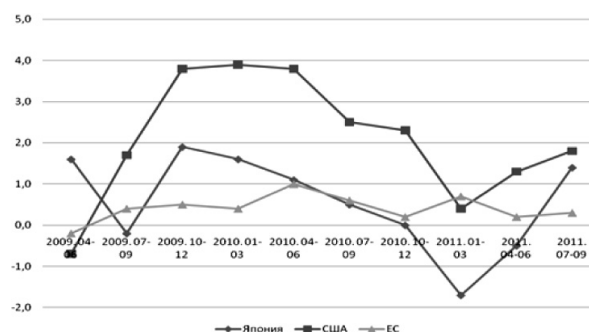


Рис.3. Темпы прироста реального ВВП развитых стран в 2007–2011 гг., %

Источник: Бюро статистики Японии URL: www.stat.go.jp

Два экзогенных фактора стали причиной такого быстрого падения: рост мировых цен на нефть и паника на мировых финансовых рынках⁴, активизировавшая ревальвацию иены (см. табл.1), что отрицательно сказалось на объемах экспорта.

Таблица 1

Курс иены по отношению к доллару, 2007–2011 гг.

Год	2007	2008	2009	2010	2011
Иен за долл.	119	106	95	82	77

Источник: Бюро статистики Японии URL: <http://www.stat.go.jp/>

Сокращение спроса на мировых рынках, в первую очередь автомобильном, повлекло за собой сокращение производства во всех областях японской промышленности. Оно сопровождалось масштабными увольнениями (в 2008–2011 гг. было уволено более 435 тыс. чел., из них более трети в обрабатывающей промышленности)⁵ и спадом уровня заработной платы (в 2009 г. на 10%, что превысило показатели других развитых стран)⁶.

Факторы транснационализации японского бизнеса

Несмотря на то что именно транснациональная деятельность компаний сыграла негативную роль в распространении кризисных явлений в экономике Японии, это вовсе не стало причиной сворачивания зарубежных производств. Мировой кризис можно расценивать как фактор транснационализации японского бизнеса, обозначивший новый этап развития японских ТНК. Основными мотивами транснационализации являются рост рынков развивающихся стран и перенасыщение внутреннего рынка⁷.

Мировой кризис ускорил процесс трансформации экономической архитектуры мира: развивающиеся экономики активно догоняют развитые и начинают играть более важную роль на мировой арене. В.А. Мельянцева отмечает в этой связи: «Несмотря на то, что азиатский рынок сопровождался немалыми перекосами, был недостаточно эффективен, имел высокую экономическую цену и усугубил неравенство, крупные азиатские развивающиеся страны ... превратились в мотор глобальной экономики, тесня развитые государства в ряде ее важнейших сегментов»⁸. Совокупная доля ВВП развивающихся стран в

■ Свежий взгляд

мировом ВВП неуклонно возрастает и приближается к 50% (см. рис. 4).

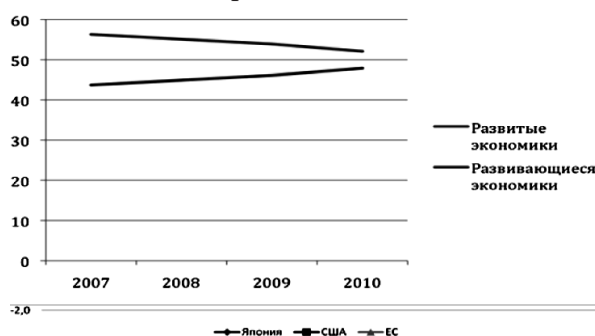


Рис. 4. Доля ВВП развитых и развивающихся стран в мировом ВВП 2007–2010 гг., %

Источник: World Economic Outlook oct.08 Financial Stress, Downturns and Recoveries IMF Washington, DC p. 253 (300); World Economic Outlook oct.09 Sustaining the Recovery, p.162; World Economic Outlook apr.10 Rebalancing Growth, p.148; World Economic Outlook sep. 11 Slowing Growth, Rising Risks, p.178.

Экономический рост развивающихся стран естественно отражается на уровне жизни их населения, составляющего 85% от мирового. Глобальный спрос в перспективе будет определяться именно этими рынками. Позитивная динамика экономического роста развивающихся стран на фоне стагнации развитых экономик привлекает в указанные страны инвесторов⁹.

Кроме того, возрастают ПЗИ развивающихся стран в мире: в 2010 г. их объем составил четверть мирового экспорта прямых инвестиций¹⁰. Бурный экономический рост развивающихся стран в условиях кризиса имеет два следствия для процессов транснационализации японского бизнеса:

- во-первых, он служит фактором активного инвестирования в развивающиеся страны;
- во-вторых, способствует ужесточению конкурентной борьбы на мировых рынках в связи с укреплением позиций ТНК из развивающихся стран.

Суммируя вышеперечисленное, выделим эндогенные и экзогенные факторы транснационализации японских компаний на современном этапе:

Экзогенные факторы:

- рост рынков развивающихся стран;
- либерализация рынков развитых стран;
- запросы зарубежных бизнес-партнеров;
- дешевая рабочая сила;
- высокий уровень доходности в зарубежных странах;
- снятие тарифных барьеров в результате заключения договоров о свободной торговле.

Эндогенные факторы:

- зрелость и насыщенность внутреннего рынка;
- транснационализация бизнеса партнеров;
- ужесточение конкуренции на внутреннем рынке;
- низкий уровень доходности на внутреннем рынке;
- ревальвация иены.

Несмотря на то что драйвером транснационализации бизнеса на современном этапе стал мировой экономический кризис, национальная экономика Японии и деловая среда также стимулирует рост ПЗИ. То есть реакционный характер транснационализации сопровождается внутренней зрелостью японского бизнеса и его готовностью к выходу на международный уровень, тогда как экзогенные факторы играют роль катализатора.

Географически отраслевая структура японских ТНК

Основной тенденцией транснационализации японского бизнеса на современном этапе является географическая и отраслевая диверсификация. Среди методов транснационализации необходимо выделить агрессивную политику компаний на мировых рынках слияний и поглощений (СиП), участие в государственно-частных партнерствах (ГЧП). Кроме того, важной тенденцией, свидетельствующей не только о количественной, но и качественной экспансии японского бизнеса, является транснационализация сферы НИОКР.

Географическая диверсификация японских ТНК характеризуется смещением акцентов на рынки развивающихся стран. По состоянию на 2010 г., 16,1 и 14,6% японских ПЗИ приходилось на США и ЕС соответственно, третье место занял Китай, на долю которого пришлось 12,7%. В целом в страны БРИКС в 2010 г. японские ТНК инвестировали на сумму 14,9 млрд долл., что составило почти треть японского экспорта прямых инвестиций.

При анализе потока японских ПЗИ в динамике становится очевидным рост интереса японских компаний к рынкам стран АСЕАН и БРИКС (см. рис. 5). В 2008 г. японские компании, воспользовавшись кризисным снижением цен на акции, произвели активную экспансию на рынки США и ЕС, однако в 2009–2010 гг. пальму первенства переняли страны БРИКС.

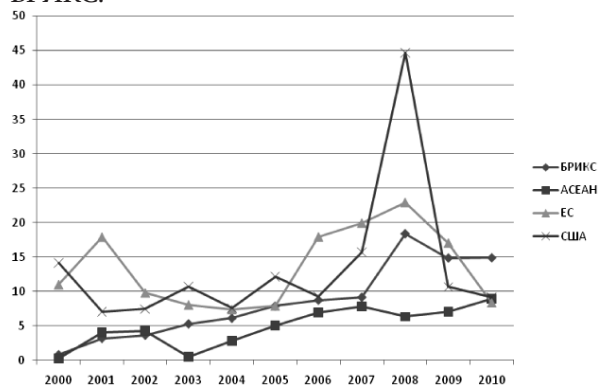


Рис. 5. Прямые зарубежные инвестиции Японии по странам и регионам. 2000–2010 гг., млрд долл.

Источник: Japan's Outward and Inward Foreign Direct Investment FDI flow (Based on Balance of Payments, net) By Country and Region // Jetro, URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>

Развивающиеся страны Азии являются традиционными реципиентами японских ПЗИ благодаря географической близости, дешевой рабочей силе, благоприятной инвестиционной политике, исторически сложившимся связям, а главное,

благодаря их роли как производственной базы и площадки для экспорта. На настоящем этапе японские компании проявляют интерес именно к динамично развивающемуся потребительскому рынку этих стран. Японские ТНК планируют осуществлять экспансию в Китай (58,9% из 380 опрошенных компаний), страны АСЕАН (27,4%) и Индию (20,8%).

Эта тенденция коррелирует с общемировой: поток японских ПЗИ составил 6% мировых в 2010 г.¹⁰, что свидетельствует о серьезной конкуренции. На азиатских рынках японские ТНК имеют конкурентные преимущества в виде налаженных торгово-экономических связей, культурной близости и прочих факторов. Позитивное влияние эффекта соседства, культурной и исторической близости на деятельность ТНК подтверждено эмпирическими исследованиями¹²: ТНК склонны инвестировать в соседние страны по причине сходных характеристик спроса и наличия большей информации о ведении бизнеса в них¹³. Тем не менее для успешного функционирования этого недостаточно, японским ТНК необходимо трансформировать стратегию проникновения на рынки развивающихся стран в условиях ужесточившейся конкуренции с иностранными и местными компаниями.

Эволюция стратегии японских ТНК выражается в повышении степени транснационализации: от использования лишь производственных мощностей и дешевой рабочей силы компании переходят к детальному маркетингу рынков; от адаптации имеющейся продукции – к внедрению эксклюзивной продукции, ориентированной на конкретный рынок с учетом национальных, культурных, климатических и прочих особенностей.

Передовые позиции здесь занимает японская автомобильная промышленность, традиционно наиболее транснационализированная отрасль экономики Японии. В частности, лидеры японской автомобильной промышленности планируют выпуск автомобилей низшего ценового сегмента. С этой целью компания «Ниссан Мотор» планирует реанимировать марку «Дацун». Акцент делается на дешевизне этой марки, ее цена должна составить 6 тыс. долл./шт. Она ориентирована на рынки развивающихся стран – Россию, Индию, Индонезию и государства Средней Азии. Комплектация автомобиля для каждой страны будет учитывать особенности и потребности конкретного региона. К примеру, для Индии и Индонезии «Дацун» будет представлять микроавтобусы с увеличенным количеством пассажирских мест, что весьма важно для этих стран с высокой плотностью населения. В России «Ниссан» планирует выпускать малолитражные автомобили с объемом двигателя 800 куб. см; 90% комплектующих и деталей для новых автомобилей будет производиться на местах в сотрудничестве с местными автомобильными компаниями (в России в сотрудничестве и на базе российского «АвтоВАЗа»)¹⁴.

Экспансия на рынки развивающихся стран происходит на фоне постепенного сокращения объемов инвестиций в развитые страны. Несомненно, страны ЕС и США остаются важнейшими экономическими партнерами Японии, однако примеры сокращений производств и переноса мощностей в развивающиеся страны многочисленны. К примеру, компания «Мицубиси Моторс» в 2012 г. приняла решение о временной остановке работы завода «Netherlands Car BV Mitsubishi» с перспективой его продажи. «Мицубиси Моторс» планирует сфокусировать внимание на развивающихся рынках: с марта 2012 г. компания запускает производство в Таиланде¹⁵.

Тем не менее было бы ошибочным сделать вывод о том, что западные рынки потеряли актуальность для японских ТНК. Накопленные японские инвестиции в этих странах несравнимы с аналогичными показателями в развивающихся. Кроме того, налаженные связи, каналы дистрибуции, отношения с зарубежными партнерами, да и в целом преимущества развитых стран, такие, как квалифицированная рабочая сила, развитая инфраструктура, развитые институты власти, стабильность и прочее продолжают играть важную роль для японских ТНК.

Что касается отраслевой переориентации японских ТНК, основной тенденцией является акцент на секторе услуг, относительно закрытой сферы японской экономики. Транснационализация японского сектора услуг отстает не только от японского сектора промышленности, но и от аналогичных процессов в странах Запада: продажи зарубежных филиалов японских ТНК в сфере услуг составляют 18,7% относительно компаний в целом, тогда как в промышленном секторе этот показатель приближается к 40%¹⁶; ПЗИ в данной отрасли в 2008 г. достигли 50% всех японских ПЗИ, что очень мало в сравнении с западными экономикой, где этот показатель превышает 70% (в США – 74,8%)¹⁷.

Транснационализация сектора услуг развитых стран Запада началась в конце 1990 – начале 2000-х гг.: если в начале 1970-х гг. на долю сектора услуг приходилась лишь одна четвертая часть суммарного объема ПЗИ в мире, в 1990 г. – около половины, а к 2002 г. уже 60%. Одновременно снижается доля обрабатывающей промышленности – с 42 до 34%. Такая переориентация была связана с тем, что развитые страны вступили в постиндустриальный этап развития, на долю сектора услуг приходится более 70% ВВП, в развивающихся – около 50%. Кроме того, большинство услуг не могут служить предметом внешней торговли – они должны производиться в месте их потребления и в тот момент, когда они потребляются. В связи с этим основным способом выхода на рынки услуг зарубежных стран является транснационализация бизнеса.

Отставание транснационализации сферы услуг Японии связано с историческими и культурными особенностями развития национальной экономики. Исторически это объясняется наличием

уникальных экономических единиц – универсальных торговых компаний *сого сёся*. На протяжении всего XX в. эти компании оперировали за рубежом, предоставляя японскому бизнесу широкий спектр услуг: консалтинговые, маркетинговые, финансовые, страховые, торговые, кредитные и пр. Фактически *сого сёся*, обладая широкой сетью филиалов по всему миру, избавляли японский сектор услуг от необходимости транснационализации.

Особенности национальной культуры ведения бизнеса также сыграли здесь важную роль:

– во-первых, компании сферы услуг в Японии представлены в основном мелким и средним бизнесом;

– во-вторых, эти компании менее конкурентоспособны по сравнению с западными: их продуктивность ниже, а менеджмент не приспособлен для ведения транснационального бизнеса.

В секторе услуг человеческий фактор играет важную роль, а в развивающихся странах высокая ротация персонала становится серьезной проблемой как для адаптации японского менеджмента, так и для оказания качественных услуг. Тем не менее на настоящем этапе развития японские компании сектора услуг стремятся завоевать зарубежные рынки, о чем свидетельствует рост японских ПЗИ в данный сектор: в 2008 г. их рост составил более 250% от предыдущего года, объем – 58% годовых ПЗИ¹⁸. По состоянию на 2010 г. японские ПЗИ в сектор услуг превысили 30 млрд долл. и составили 52% всех японских ПЗИ¹⁹.

В основном транснационализация японского сектора услуг зиждется на транснационализации финансовой сферы, которая в 2008 г. составила 70% японских ПЗИ сектора услуг. Японские прямые инвестиции в финансовый сектор резко возросли в 2007–2008 гг., составив соответственно 26,5 и 39,9% относительно всех ПЗИ Японии и 57,3 и 61,1% от японских ПЗИ в непромышленный сектор²⁰. Прирост прямых инвестиций в финансовый сектор составил 350% в 2007 г. и 270% в 2008 г. относительно уровня предыдущего года²¹. По данным ЮНКТАД, в рейтинге пятидесяти крупнейших финансовых транснациональных компаний на 2010 г. представлены 5 японских финансовых ТНК: «Номура Холдингс Инк», «Мицубиси ЮФД-жей Файненшл Груп», «Токио Марин Холдингс Инк», «Мидзухо Файненшл Груп Инк», и «Сумитомо Мицуй Файненшл Груп»²².

Их индекс географической распространенности (Geographical Spread Index рассчитан как корень квадратный множества индекса интернационализации и количества принимающих стран и помогает проанализировать распространенность транснациональной сети компании в мире, что косвенно свидетельствует о степени транснациональности) варьируется от 26,9 до 45,5. Для сравнения: американская «Ситигруп Инк», занимающая первое место в рейтинге по количеству активов, в 2009 г. имела индекс географической распространенности 75,3. Ниже уровня японского индекса имеют показатели лишь ТНК из Канады и Австралии, причем сумма их активов несопоставима с японскими: от 330 млрд долл. (Канадский коммерческий банк «Империял») до 597 млрд долл. (Национальный банк Австралии Лтд.) по сравнению с «Мидзухо Файненшл Груп Инк» (1,7 трлн долл. в активах). Также невелико количество принимающих стран у японских финансовых ТНК. К примеру, «Токио Марин Холдингс Инк» представлен лишь в 12 странах, а «Мидзухо» – в 11. Индексы ниже данного уровня лишь у вышеупомянутых канадских и австралийских финансовых компаний.

Присутствие японских финансовых ТНК в мире активно растет. «Токио Марин» попала в рейтинг ЮНКТАД лишь в 2009 г., хотя в Японии компания является второй в сфере финансов и страхования. Выход на международные рынки «Токио Марин» зиждется на активной позиции компании на рынке СИП как части ключевой стратегии транснационализации компании:

– в 2008 г. компания поглотила американскую страховую компанию «Филадельфия Консолидейтед» и английскую «Килн» (доходы от страхового бизнеса на международном уровне в 2009 г. возросли более чем в 3,5 раза);

– в 2012 г. планирует поглотить американскую страховую компанию «Дэлфи Файнэншл Груп»²³;

– на рынках БРИКС компания претендует на американскую долю (36%) бразильской страховой компании «Сул Америка»²⁴;

– в 2011 г. «Токио Марин» приобрела 50% «Первой Гавайской Страховой Компании» (FICOH)²⁵;

– на конец 2011 г. компания «Токио Марин» обладала разветвленной сетью дочерних компаний, представленных в 39 странах мира²⁶.

«Токио Марин» объявила своей средне- и долгосрочной целью выход на мировой рынок: «С целью становления глобальной страховой компаний топ-класса мы стремимся расширить свою международную деятельность»²⁷, – заявляет президент компании. Причем транснационализация рассматривается им «в качестве катализатора для среднесрочного и долгосрочного роста»²⁸.

Таким образом, японские банки, пользуясь сложившимися обстоятельствами, активно транснационализуют свою деятельность, догоняя зарубежных конкурентов, путем слияния и поглощения зарубежных конкурентов, что позволяет в кратчайшие сроки выходить на международный уровень.

Японские ТНК проявляют интерес к зарубежным рынкам общественных благ. Японский бизнес инвестирует сферы здравоохранения и образования. Мотивацией транснационализации японского бизнеса служит:

– во-первых, рост спроса в странах АТР на образование и здравоохранение: в 2010 г. расходы на образование и здравоохранение в развивающихся странах АТР превысили расходы Японии более чем в два раза²⁹;

– во-вторых, конкурентное преимущество японских компаний в виде высоких технологий и накопленного опыта, например в сфере ухода за пожилым населением.

С проблемой старения населения уже столкнулась Республика Корея, и в скором времени столкнутся КНР и другие страны Азии. По прогнозам ООН, к 2050 г. население Китая и Республики Корея соответственно на 25,6 и 32,8% будет пожилым. Также АСЕАН и Индия столкнутся с этой проблемой к 2040 и 2070 гг. соответственно³⁰. По этой причине японские компании, оперирующие в данной сфере, активно выходят на международный уровень. Причем, помимо производителей медицинского оборудования, с ориентацией на пожилых клиентов начали транснационализацию производители продуктов питания и мобильных телефонов, компании сферы услуг (доставка продуктов, оплата счетов, обеспечение быта, домоуправление)³¹.

Японские ТНК активно инвестируют в экобизнес. По опросу Джетро³², 88,7% японских компаний ожидают рост в сфере экобизнеса и лишь 2,1% опрошенных компаний не намерены инвестировать в экологию. Они полагают перспективы неясными. Около 40% компаний планируют инвестировать в экобизнес в ближайшее время³³.

ТНК «Сумитомо Корпорейшн» участвует в энергетических проектах развивающихся стран, планируя в течение следующих нескольких лет инвестировать свыше 10 млрд долл. в строительство электростанций и электросетей. В частности, 1,35 млрд долл. будет потрачено на строительство геотермальных электростанций на вулкане Раджабаса в провинции Лампунг и на вулкане Муара Лабох в провинции Западная Суматра. Острова Ява и Суматра будут соединяться линией электропередачи общей стоимостью в 1 млрд долл. Кроме того, планируется построить угольную электростанцию в городе Индрамаю провинции Западная Суматра³⁴.

Новой тенденцией транснационализации бизнеса в мире является увеличение доли добывающей промышленности. В начале XX в. на эту отрасль приходилась самая большая доля ТНК, но с середины 1970–х гг. удельный вес нефтегазовых и горнорудных ТНК неуклонно снижался, в то время как доля обрабатывающих ТНК росла. Но в результате повышения цен на минеральное сырье доля добывающих ТНК стала возрастать, хотя она и остается значительно ниже показателей сектора услуг и обрабатывающей промышленности³⁵.

В Японии тенденция транснационализации добывающей промышленности активизировалась в условиях кризиса. В 2008 г. ПЗИ отрасли составили 8%, а к 2010 г. достигли 15%. Здесь нельзя не упомянуть об активном участии японских ТНК в реализации сахалинских нефтегазовых проектов: их доля в проекте «Сахалин-1» составляет 30%, «Сахалин-2» – 22,5%³⁶.

Следующей тенденцией развития транснационального бизнеса в мире является рост инвестирования в сельскохозяйственный сектор. Главными факторами транснационализации первичного сектора являются доступность земли и воды в определенных районах, быстрый рост спроса и увеличения импорта продовольственных

культур в различных странах. Дополнительными факторами транснационализации сельскохозяйственных компаний являются реализуемые в мире инициативы в области биотоплива, приводящие к наплыву инвестиций в развивающиеся страны для участия в выращивании сахарного тростника, зерновых и масличных культур. Эти тенденции переплетаются с быстрым ростом цен на продовольствие и последующим образованием нехватки таких товаров³⁷.

Японские ТНК также проявляют заинтересованность в сельскохозяйственном секторе: в общем объеме японских ПЗИ объем инвестиций в сельское хозяйство незначителен и не превышает 1%, однако рост очень динамичен, и в 2010 г. составил 1480%, увеличившись с 10 млн долл. в 2009 г. до 145 млн долл.³⁸.

Географическая и отраслевая переориентация японских ТНК свидетельствует о том, что японский бизнес действует в русле общемировых тенденций, стремясь догнать ТНК развитых стран в степени и масштабе транснациональности, отраслевой диверсификации, конкурентоспособности на мировой арене.

Методы транснационализации японского бизнеса

Приведенные ранее примеры наглядно демонстрируют, что основной стратегией проникновения на новые рынки японских ТНК стала стратегия слияния и поглощения. В 2008 г. японские ТНК потратили на международном рынке СиП 67,6 млрд долл., годовой прирост составил 164,1%. Одновременно ТНК западных стран выступали на рынке СиП в качестве продавцов, а не покупателей. Подобный всплеск активности на рынке СиП стал возможен благодаря накопленным финансовым ресурсам во время подъема японской экономики в 2002–2007 гг.

На момент начала мирового финансово-экономического кризиса японские ТНК обладали ликвидностью, позволившей им приобрести ценные зарубежные активы в условиях повышения курса иены и падения фондовых индексов³⁹. Главной целью японских компаний является укрепление позиций компании на рынках, где они уже представлены, и экспансия на новые рынки, в основном динамично развивающихся экономик⁴⁰. В 2010 г. сохраняется положительная динамика приобретения японскими ТНК зарубежных активов: после спада в 2009 г. их прирост в 2010 г. составил 165%⁴¹.

Новым методом транснационализации деятельности и выхода на новые рынки стало заключение государственно-частных партнерств с целью участия в инфраструктурных и экологических проектах. Во время кризиса государства с целью оживления экономики активно инвестируют в сектор общественных благ. Например, в 2009 г. 10% (16 млрд долл.) от суммы пакета антикризисных мер японского правительства были направлены в экологию; Барак Обама выдвинул инициативу выделить 150 млрд долл. на десятилетний план проекта обновляемой энергии; в Китае 5,3%

пакета антикризисных мер приходилось на сферу экологии⁴². ТНК других развитых стран, США и Европы, имеют большой опыт участия в подобных проектах. Конкуренция между компаниями развитых стран и местными компаниями очень высока. Например, в 2009 г. в Китае в более 80% проектов в сфере водоснабжения и канализации⁴³ правительство отдало местным компаниям. Схожая ситуация в Индии: по данным министерства финансов Индии, в 2009 г. участие иностранных компаний в проектах составило лишь 7% от общего количества проектов и 1% от общего количества инвестиций.

Конкурентные преимущества японских ТНК – высокие технологии и уровень менеджмента. Существует практика продажи менеджмент-пакетов, в которые входят бизнес-планирование, схемы фандрайзинга, долгосрочные схемы аутсорсинга и пр. Их продажа предполагает долгосрочное участие компании в проекте.

Основными мотивами участия в государственно-частных партнерствах является возможность выхода на рынки развивающихся стран, преодоление проблем нехватки знаний национальных особенностей и отсутствия налаженных связей с частными компаниями принимающей страны, гарантии в получении прибылей, возможность налаживания новых контактов, обретение новой клиентской базы. Подобные проблемы являются наиболее острыми для японских ТНК, поэтому такой способ выхода на зарубежные рынки очень актуален.

Примером участия японских ТНК в инфраструктурных проектах может служить проект развития транспортной сети и коммуникаций в Индии. Японская ТНК «Иен лоанс» участвует в создании грузового коридора между важными финансово-промышленными центрами – городами Мумбаи и Дели путем разработки скоростного грузового поезда. Кроме того, бывший премьер-министр Хатояма достиг договоренности об участии японских компаний в создании экогородов в декабре 2009 г.

Традиционно японские ТНК активны в сфере НИОКР, однако в условиях глобальной транснационализации бизнеса попытки действовать в одиночку едва ли могут увенчаться успехом. Некоторые японские высокотехнологичные ТНК не выдерживают конкуренции с зарубежными партнерами. Например, японские производители ЖК и плазменных телевизоров проигрывают в конкурентной борьбе: компания «Панасоник» заявила, что по итогам III квартала 2011 г. понесла убытки в размере 2,6 млрд долл., по прогнозам, годовые убытки компании должны были превысить 10,2 млрд долл. Компания «Сони» понесла убытки в размере 2,1 млрд долл. «Сони» прогнозировала, что убытки по итогам 2011 г. могут достигнуть 2,9 млрд долл. Продажи телевизоров компании «Шарп» за указанный период упали почти в два раза. Компания ожидала рекордных убытков за 2011 г. – на уровне 3,8 млрд долл. Компания «Тосиба» сообщила об убытках

в размере 139 млн долл.⁴⁴.

Основной причиной подобных неудач является низкий уровень транснационализации сферы НИОКР. Многочисленные исследования о необходимости транснационализации НИОКР подтверждают гипотезу о том, что передача инновационных технологий филиалам уменьшает предельную прибыль⁴⁵, что заметно снижает конкурентоспособность компании на мировой арене. Это во многом объясняется экономической политикой принимающих стран, стимулирующих инновационную модернизацию национальных экономик, ограничивая внутрифирменную передачу технологий путем налогообложения⁴⁶, а также другими прямыми и косвенными рычагами воздействия. Транснационализация НИОКР, напротив, позитивно сказывается на конкурентоспособности компаний⁴⁷.

Экономисты выделяют два вида транснационализации сферы НИОКР:

1) адаптация произведенной продукции к потребностям принимающей страны («адаптационные НИИ»)⁴⁸;

2) доступ к новым знаниям и технологиям («инновационные НИИ»)⁴⁹. Исследования показывают, что транснационализация затронула в основном «адаптационные НИИ» (68% в 1999 г.), однако в последнее десятилетие очевиден рост ПЗИ и в инновационные НИИ (32%⁵⁰)⁵¹. Исследование 2005 г. с участием японских ТНК показало, что лишь 1% японских зарубежных НИИ являются инновационными⁵². Это означает, что японские ТНК выносят НИИ за рубеж лишь с целью адаптации своей продукции к потребностям зарубежного рынка. Речь идет, например, о дизайне или о сменных частях, но не о разработке инновационных новых технологий.

Рост инновационных японских НИИ прослеживается в США в связи с высоким уровнем индекса локальной технологической силы (index of local technological strength)⁵³, высоким технологическим уровнем страны, наличием высококвалифицированных научных сотрудников, географической близостью (в отличие от Европы).

ТНК Японии стремятся преодолевать свое отставание в транснационализации научно-исследовательской деятельности по сравнению с развитыми странами Запада для поддержания конкурентоспособности на мировом рынке. 20,4% ТНК промышленного сектора уже приступили к транснационализации научно-исследовательской деятельности, а 60% демонстрируют сильную заинтересованность и признают необходимость транснационализации НИОКР в рамках концепции «Открытые инновации». Эта концепция была разработана в Великобритании и раскрывается как «обмен знаниями с целью ускорения темпов инновационных разработок внутри страны и увеличения масштабов использования инноваций со стороны партнеров». По данным ОЭСР, лишь 1% японских ТНК официально согласились с данной концепцией. К примеру, компания «Нидэк Корпорэйшн», лидер по производству моторов для

жестких дисков, в 2012 г. открывает крупнейший НИИ в г. Далянь, Китай, где будут трудиться 500 научных сотрудников⁵⁴.

Японские ТНК стремятся заключать альянсы с целью инноваций с японскими и зарубежными партнерами, научно-исследовательскими центрами и государственными структурами. Но пока что они заметно отстают от своих зарубежных партнеров по количеству таких соглашений: в докризисный период лишь 1% японских компаний имели совместные инновационные разработки с зарубежными партнерами⁵⁵. Японские ТНК намерены увеличить долю партнерства с зарубежными конкурентами в области НИОКР. По прогнозам Джетро, 36,1% опрошенных компаний планируют проводить совместные исследования в области инноваций с зарубежными компаниями, 27,1% компаний уже их проводят. Интересен также тот факт, что японские ТНК планируют не только сотрудничать с зарубежными партнерами, оперирующими в аналогичном секторе (25,8% опрошенных), но и с ТНК других секторов (9%), зарубежными университетами и научно-исследовательскими центрами (13,5%)⁵⁶.

Примерами заключения альянсов среди японских партнеров может служить планируемые слияния:

- компаний «Панасоник Корпорэйшн», «Фудзицу» и «Ренесас Электроникс» с целью производства микрочипов⁵⁷;

- сталелитейной компании «ДжейФИ Холдингс» и ведущей машиностроительной фирмы «АйЭйчАй» с целью разработки продукции с высокой добавленной стоимостью (энергетически эффективных судов для разведки океанских ресурсов)⁵⁸.

Касательно международных соглашений, «Мицубиси Моторс» в марте 2009 г. подписала меморандум взаимопонимания с «Пежо–Ситроен» с целью проведения совместных разработок в области электромобилей для последующей их реализации на европейских рынках.

Тем не менее транснационализация сферы НИОКР японских фирм отстает от западных конкурентов. Принимая во внимание тот факт, что инновационность и высокие технологии являются важными конкурентными преимуществами японских ТНК, подобная задержка может в перспективе крайне негативно сказаться на их конкурентоспособности.

Цунами 2011 г. и японские ТНК

Активизации процессов транснационализации способствовали цунами и последовавшие за ним землетрясение и авария на АЭС 2011 г. Катастрофа нанесла серьезный ущерб инфраструктуре и производственным мощностям:

- в апреле 2011 г. индекс промышленного производства упал до 78,9%;

- максимальный урон понесла автомобильная промышленность: отраслевое значение указанного индекса упало до 45% из-за вынужденной остановки работы предприятий (пяти заводов «Ниссан», двух заводов «Тоёта»), перебоев в области логистики

и проблем, последовавших после аварии на АЭС.

Цунами упрочило ориентацию японских компаний на стратегию транснационализации в русле перечисленных выше тенденций. Транснационализация экологичного бизнеса, в частности компаний, занимающихся энергосберегающими технологиями, приобрела особую актуальность в сложившихся обстоятельствах, так как имидж японских эко-компаний вырос в глазах мирового сообщества. Это позволило мелкому и среднему бизнесу осуществлять зарубежную экспансию, несмотря на серьезную конкуренцию.

2008 год, ставший свидетелем разразившегося мирового финансово-экономического кризиса, положил начало новому этапу развития японских ТНК. Несмотря на то что именно высокая зависимость Японии от рынков зарубежных стран стала причиной серьезных негативных кризисных последствий в национальной экономике страны и в страну пришла так называемая «импортированная» рецессия⁵⁹ через транснациональную деятельность бизнеса, тем не менее дальнейшая транснационализация стала ключевой стратегией развития японских фирм. Это объясняется как экзогенными, так и эндогенными факторами:

- в мировой экономической системе транснационализация стала магистральной тенденцией развития бизнеса, поэтому торможение этого процесса стало бы «экономическим самоубийством» для японских компаний;

- в национальной экономике Японии ситуация складывается таким образом, что зарубежная экспансия, с одной стороны, является единственным направлением развития для компаний по причине зрелости и насыщенности внутреннего рынка, а с другой – может стать катализатором оживления экономики страны, ее либерализации, глубоких структурных перестроек.

Таким образом, транснационализация является логичным и оптимальным курсом развития японского бизнеса на настоящем этапе. В условиях меняющейся экономической архитектуры мира, перераспределения сил между развитыми и развивающимися государствами основной тенденцией транснационализации японского бизнеса стала географическая и отраслевая диверсификация. Японские инвесторы акцентируют свое внимание на рынках развивающихся стран, в первую очередь стран БРИКС и АСЕАН. В плане отраслевой диверсификации японские ТНК проявили активность в транснационализации сектора услуг, в частности финансовой сферы – традиционно закрытой сферы японской экономики. Японские компании агрессивно выступают в качестве покупателей на рынке СиП в противовес общемировым тенденциям. Такая стратегия позволяет в кратчайшее время выйти на новые рынки.

Кроме того, японские компании активно участвуют в государственно-частных партнерствах, что способствует проникновению японских ТНК на рынок общественных благ, очень перспектив-

■ Свежий взгляд

ный рынок развивающихся стран. Японские ТНК выступают в качестве инвесторов в различные инфраструктурные проекты развивающихся стран. Помимо того, на рынке общественных благ японские компании проявили интерес к сфере образования и здравоохранения. Важным шагом в переходе на новый этап транснационализации является транснационализация сферы НИОКР, в чем японские ТНК заметно уступают своим западным конкурентам. Однако ужесточившаяся конкурентная борьба и выход на рынки ТНК из развивающихся стран вынуждают их активно преодолевать лаг и инвестировать в эту сферу за рубежом. В целом кризис 2008 г. и цунами 2011 г. активизировали и интенсифицировали процесс транснационализации японского бизнеса. Фактически путь транснационализации является

оптимальным для развития японского бизнеса на современном этапе. Японские компании вынуждены сражаться за место под солнцем, иначе они могут оказаться на периферии развития мировой экономики. На нынешнем этапе эта борьба заключается в повышении степени транснационализации бизнеса.

Tatarinova S.M. The Transnationalization of Business as the Key Strategy of the Japanese Companies in the Conditions of Crisis.

Summary: The article analyzes Japanese business through 2008–2011 in the framework of world and domestic economic. The author hypothesizes that transnationalization is an optimal path for Japanese enterprises, analyzing major factors and tendencies of Japanese TNCs activity in the world comparison.

Ключевые слова

Транснационализация, ТНК, экономика Японии, мировой экономический кризис.

Keywords

Transnationalization, TNC, Japanese economy, world economic crisis.

Примечания

1. Подр. см.: Капица Л.М. Индикаторы мирового развития / Экономика. Право. Политика. Безопасность. М., 2005. 240 с.
2. The top 100 transnational corporations // UNCTAD. 1990–2010.
3. Kojima A. Japan's Economy and the Global Financial Crisis / A. Kojima // Asia Pacific Review. – 2009. – Vol. 16 No.2, p. 16.
4. Леонтьева Е.Л. Япония: повторение прошлого // Финансовый бизнес. 2009. № 6. С.9.
5. Рассчитано по данным Бюро статистики Японии, URL:<http://www.stat.go.jp>
6. Там же.
7. White Paper // JETRO. – 2008. p. 252, URL: http://www.jetro.go.jp/en/reports/white_paper/trade_invest_2008.pdf
8. Мельянцева В.А. Превратности роста в экономически продвинутых и развивающихся странах / В.А. Мельянцева // Вестник Московского Университета. 2009. Сер. 13. Востоковедение. 2009. №3. С. 3.
9. World Investment Report 2011, p. 187
10. Ibidem.
11. Рассчитано по данным Бюро статистики Японии, URL: www.stat.go.jp и World Investment Report, 2011. p. 187
12. Подр. см.: Vaupel J.W. Curhan J.P. The Making of U.S. Multinational Enterprise: A Sourcebook of Tables Based on a Study of 187 Major U.S. Manufacturing Corporations. – Boston. – 1969. Davidson W.H. The Location of Foreign Direct Investment Activity: Country Characteristics and Experience Effects // Journal of International Business Studies. – 1980. – Fall. – P. 9–22.
13. Кузнецов А.В. Интернационализация российской экономики: инвестиционный аспект. М.: КомКнига, 2007. С.37.
14. URL: <http://news.mail.ru/economics/8244478/>
15. URL: http://www.gazeta.ru/news/business/2012/02/06/n_2193869.shtml
16. White Papers on International Trade and Investment 2009 // Jetro. Japan. 2009. P. 184
17. Ibidem.
18. Рассчитано по данным: Japan's Outward and Inward Foreign Direct Investment By Industry // Jetro, URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>
19. Ibidem.
20. Ibidem.
21. Ibidem.
22. URL: <http://www.unctad.org/Templates/Page.asp?intItemID=2441&lang=1>
23. URL: <http://ir.tokiomarinehd.com/ja/NewsRelease/NewsRelease6537868050542502171/TopLink/RedirectFile/20111221.pdf>
24. URL: <http://www.reuters.com/article/2011/09/29/us-ing-idUSTRE78S26A20110929?type=companyNews>
25. URL: <http://ir.tokiomarinehd.com/en/NewsRelease/NewsRelease-6357703425581003238.html>
26. URL: http://ir.tokiomarinehd.com/en/AnnualReport/IRFilingDataDownPar/0/IRFilingDownPar/02/PDFFile/AR11_E_OverviewP23-60.pdf
27. URL: <http://ir.tokiomarinehd.com/ja/CorporateStrategy.html>

28. URL:<http://ir.tokiomarinehd.com/ja/NewsRelease/NewsRelease-7411264799191769921.html>
29. White Papers on International Trade and Investment, 2011. – p.89.
30. World Population Prospect: The 2010 Revision / United Nations. – 2011.
31. White Papers on International Trade and Investment, 2011. – p.85.
32. Japanese External Trade Organization
33. White Papers on International Trade and Investment , 2009. – p.199.
34. URL: <http://www.oilru.com/news/302645/>
35. Подп. см.: World Investment Report 2007 // UNCTAD. URL: <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=11904&intlItemID=5037&lang=1&mode=downloads>
36. URL: <http://www.tvernedra.ru/news/nid30.html>
37. World Investment Report 2009 // UNCTAD. URL: <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=11904&intlItemID=5037&lang=1&mode=downloads>
38. Рассчитано по данным Japan's Outward and Inward Foreign Direct Investment By Industry // Jetro, URL: <http://www.jetro.go.jp/en/reports/statistics/>
39. Тимонина И.Л. Японские корпорации в условиях кризиса / И.Л.Тимонина // Мировой кризис и Япония / Э.В. Молодякова / М.: АИРО–XXI, 2009. С. 85.
40. Там же. С. 382.
41. White Papers on International Trade and Investment 2011, p.165.
42. White Papers on International Trade and Investment 2009, p.157.
43. Рассчитано по данным: White Papers on International Trade and Investment 2010, p.22.
44. URL: <http://www.1rre.ru/news/doc/53105/>
45. Belderbos R. Intra-firm technology transfer and R&D in foreign affiliates: Substitutes or complements? Evidence from Japanese multinational firms / R. Belderbos et al. // Japanese Int. Economies. 2008. №22. p. 311.
46. Ibidem. p. 318.
47. Ibidem, p. 311.
48. Criscuolo P. On the road again: Researcher mobility inside the R&D network / P. Criscuolo // Research Policy. – 2005. – №34. p.1350–1365.
49. Hering L. Overseas R&D and Performance Abroad: Evidence from Japanese Multinational Firms / L. Heringy, T. Inui, L. Pyz. URL: http://www.mwpweb.eu/1/58/resources/publication_714_1.pdf.
50. В исследовании принимали участие 32 немецкие ТНК.
51. Kuemmerle, W. The Drivers of Foreign Direct Investment into Research and Development: An Empirical Investigation / W. Kuemmerle // Journal of International Business Studies. – 1997. – №30 (1). – p. 24.
52. Shimizutani, S. What Determines Overseas R&D Activities? The Case of Japanese Multinational Firms / S. Shimizutani, Y. Todo // Research Policy. 2008. №37 (3). p.530.
53. Tomoko I. Overseas R&D, knowledge sourcing, and patenting: an empirical study of Japanese R&D investment in the US / I. Tomoko, H. Odagiri, T. Iwasa // Research Policy. 2004. №33. p. 812.
54. URL: http://www.chinadaily.com.cn/m/dalian/2012-03/05/content_14754643.htm
55. Open Innovation in a Global Perspective / OECD. 2008. p. 18. URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/25/38/41885837.pdf>
56. White Papers on International Trade and Investment 2009, p. 389.
57. URL:<http://www.finam.ru/international/newsitem63BE2/>
58. URL:<http://asiareport.ru/index.php/news/11636-yaponskie-kompanii-jfe-i-ih-i-obedinyat-sudostroitelnye-operaczii.html>
59. Леонтьева Е.Л. Япония: повторение прошлого // Финансовый бизнес. 2009. № 6. С.9.