

Кіюші Абе

ІНТЕГРАЦІЯ ДЕ-ФАКТО СХІДНОЇ АЗІЇ ПОРІВНЯНО З ІНТЕГРАЦІЄЮ ДЕ-ЮРЕ ЄС

Резюме

Незважаючи на безліч перешкод, внутрішня східно-азіатська торгівля зросла. Мультинаціональні компанії Японії – прекрасні взірці інтеграції де-факто. Вони посилюють місцеві поставки і утворюють мережу взаємопоставок по всій Східній Азії. І південно-східній азіатській країні залишається тільки підключитись до складної виробничої мережі, керованої ТНК. Динаміка ринку

працює добре у Східній Азії, тоді як в ЄС надають перевагу політичним рішенням. Коли японські мультинаціональні компанії змінюють своє місцезнаходження, одразу змінюються взаємовідносини по вертикалі. На відміну від ЄС, у Східній Азії існують неформальні тісно переплетені ділові стосунки.

Ключові слова:

економічна інтеграція, японські ТНК, підприємства малого і середнього бізнесу, FDI, східноазіатська економіка, Асоціація південно-

східних азіатських країн (АКПСА), японські компанії в Німеччині і США, ЄС.

1. Вступ

Останнім часом міжрегіональна торгівля у Східній Азії зросла. Це зростання особливо помітне з кінця 1980-их. Навіть криза 1997 р. не вплинула на тенденцію зростання. За рахунок чого це відбувається? Наскільки це

явище відрізняється від інтеграції типу ЄС? Яку вагу мають японські компанії у Східній Азії? Дати відповіді на ці запитання з урахуванням новітніх даних і ставить собі за мету автор статті.

2. Порівняння Фреда Бергстена

Фред Бергстен (березень 2000 р.) відзначає різні перешкоди, які стоять на шляху азіатської інтеграції. Я назву лише деякі з багатьох, які він наводить у своїй статті про азіатські труднощі. «Дохід на душу населення в

Японії, навіть урахувавши період застою в 1990-их рр., у 30 разів більший, ніж в Індонезії. Японці, які схвалюють нові регіональні ініціативи, більше тяжіють до фінансових, а не торгових зв'язків, котрі вони зводять до

горизонтальної інтеграції з країнами, які, в крайньому разі, наближаються до японського життєвого рівня (нині це – тільки Сінгапур і, можливо, Корея). Крім того, більшість східно-азіатських країн продовжують сприймати одна одну не як потенційного партнера, а як економічного конкурента. Але дедалі приголомшуючі бар'єри до ефективної співпраці створює політичне суперництво. На найвищому рівні геополітики за лідерство в Азії змагаються Китай і Японія.

Гонконг і Сінгапур борються за право бути фінансовими центрами більше на мікроекономічному рівні. Корея, Тайвань та й інші країни запекло конкурують на світових ринках. Більше того, в основі цієї конкуренції лежать великі відмінності політичних систем. Найважливіше, що не тільки Китай, а й В'єтнам і М'янма намагаються підтримувати авторитарні режими, навіть якщо вони і живуть в умовах ринкової економіки. На відміну від них, в Японії вже 50 років існує демократія. Більшість інших східно-азіатських країн знаходиться десь між ними.

Ці відмінності політичних систем ускладнюють будь-які потуги інтеграції Азії. Звичайно, сучасні труднощі мають глибокі історичні та культурні корені. Але Азія повинна сприймати Японію як справжнього партнера.

Відносини з країнами, які знаходяться поза регіоном, ще більше ускладнюють процеси регіональної інтеграції. Деякі азіатські країни, такі як Корея і Сінгапур (і, можливо, Японія), не захочуть, щоб такі ініціативи підривали їхні стосунки із Сполученими Штатами. Цілковито можливо, що Китай, а не Японія, чи інші азіатські сусіди, попри всі його непорозуміння (досл. перестрілки) із Сполученими Штатами, знову захопить глобальну ініціативу і не допустить надмірної «азіації». Дехто, особливо в АКПСА, а також в Японії, завдяки великим торговим зв'язкам, може не захотіти виключити Австралію і Нову Зеландію, чи навіть Канаду і Мексику. Декому навіть захочеться дискримінувати Європу в світлі нових азіатсько-європейських зустрічей на найвищому рівні (ASEM), в деяких азіатських кварталах є бажання через розвиток зв'язків у цьому напрямку зруйнувати тісні стосунки трикутника Азія–Європа–Сполучені Штати.

На європейську модель дедалі частіше посилаються у Східній Азії, коли мають на меті показати можливий варіант провалу. Дивна зміна. Ще зовсім недавно цілу концепцію «общини, громади» в європейському розумінні у Східній Азії сприймали з підозрою, а усталену бюрократію Європейської комісії в Брюсселі одноставно розглядали як найгірший кошмар, який може прийти в цей регіон. Якщо ще глибше поглянути, то азіати ніколи не вважали

себе «регіоном» у тому значенні, як Європа поділилась з часів Римської імперії.

Без сумніву, існують як об'єктивні паралелі, так і відмінності між ситуацією з регіонами в Європі та Східній Азії. Заїжджена мета Європи політична і військова – блискуче реалізована. Цей спосіб підійшов би для Китаю і Японії, він би назавжди покінчив з конфліктом, що існує між ними. Але немає доказів, що цей новий поштовх до створення регіональних інституцій у Східній Азії диктується далекосяжними політичними цілями. І виникає серйозне запитання, чи цей навмисний ризик майбутньої конфронтації є доволі значним, щоб обережність великих азіатських держав зробити не перешкодою, а мотивацією досягнення інтеграції. Іншою рушійною силою в Європі була наявність спільного ворога – Радянського Союзу. У Східній Азії нині такої загрози нема. Можливо, Росія в неблизькому майбутньому приховано відіграватиме таку ж роль знову, в крайньому разі, для Північно-Східної Азії, але тепер це не може бути поясненням для великомасштабного Азіатського об'єднання.

Нерозривним елементом Європейської інтеграції була сильна підтримка її нерегіональних союзників. Сполучені Штати, керуючись своїми власними стратегічними пріоритетами, а саме – розвалити Радянський Союз та не допустити нової братовбивчої війни в Європі, хотіли отримати негативний економічний ефект від процесів, що відбувались в Європі, і навіть намагались самі створити свого потенційного майбутнього конкурента. Тепер же для підтримки азіатського регіоналізму не знаходиться жодного «зовнішнього натхненника».

Незважаючи на підтримку Європейської інтеграції з боку США, підтекст останньої зводився до того, що Європа змушена була сама шукати шляхів до незалежності від дедалі глибшого впливу Сполучених Штатів. Однією із сучасних східноазіатських мотивацій якраз і є занепокоєння з приводу надмірної довіри до Сполучених Штатів та американських міжнародних інституцій. Ці побоювання, а також імовірність східноазіатського протистояння ще більше зросли б, якби вихід США у майбутньому спровокував хвилю протекціонізму проти азіатського експорту, або якби форма нової зовнішньої політики Вашингтону призвела до зменшення безпеки американської присутності в Тихому океані.

Ще одним фактором в Європі була перспектива великої економічної вигоди від тіснішої, з часом повної, інтеграції країн, які вже були головними партнерами. В Азії тепер також є потенціал для отримання великих економічних прибутків від вільної торгівлі і, особливо, від глибокої інтеграції.

Зрештою, всі учасники процесу європейської інтеграції – демократи. Справді, деякі країни регіону, особливо Іспанія і Португалія, навмисне уникали вступу, аж поки не скинули диктаторські режими. Отже, процес Азіатської інтеграції будь-якого ступеня на сучасному етапі був би дуже важким.

Як підсумок, нині є прецедент для східно-азіатської інтеграції. Тому для Східної Азії це не є такою гострою потребою, як для Європи 50 років тому. Більше того, «перешкоди до повного злиття Європейського Союзу такі серйозні, що

не варті затрат таких величезних зусиль для їх усунення». (Кінець цитати).

Незважаючи на великі потенційні прибутки від вільної торгівлі, Бергстен скептично ставиться до розвитку азіатської економічної інтеграції, оскільки на її шляху стоїть надто багато перешкод. Через негативне сприйняття Східної Азії важко зрозуміти зростання внутрірегіональної торгівлі, яке було тут останнім часом. У цій статті зроблена спроба розкрити, що ж стоїть за цим фактом.

3. Зростання внутрішньої регіональної торгівлі в Східній Азії

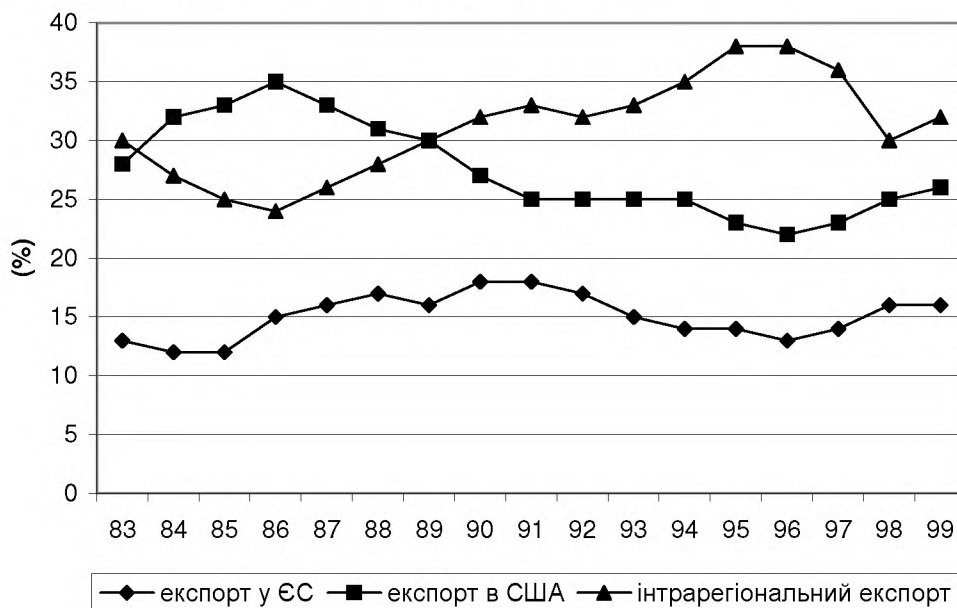
Діаграма 1 свідчить, що з 1990 р. східно-азіатський експорт у Східну Азію перевищив показники експорту в США. Понад 35% експорту Східної Азії іде в цей же регіон. Діаграма 2 чіткіше демонструє тенденцію зростання внутрішньої регіональної торгівлі у Східній Азії. Діаграми 3 і 4 показують важливість Сінгапуру як регіонального центру торгівлі АКПСА. Внутрішню торгівлю країн АКПСА постійно підтримує Сінгапур. Корейські та японські фірми дедалі більше використовують Сінгапур як центр.

Ці діаграми показують нам тенденції зростання внутрішньої регіональної торгівлі

Східної Азії. Цей регіон охоплює Корею і Японію. В основі четвертої діаграми – масивні припливи ПЗІ (прямих зарубіжних інвестицій) з Японії, збільшення місцевого виробництва японськими транснаціональними підприємствами, подорожчання ени з 1985 р., зміщення порівняльних переваг Японії, тиск інших країн світу на Японію, щоб та зменшила своє величезне торговельне сальдо, власні зусилля Азії та внутрішні стимули тощо. Рівень внутрішньої торгівлі АКПСА стрибнув від 43 млрд. американських доларів у 1993 р. до 71 млрд. у 1998 р.

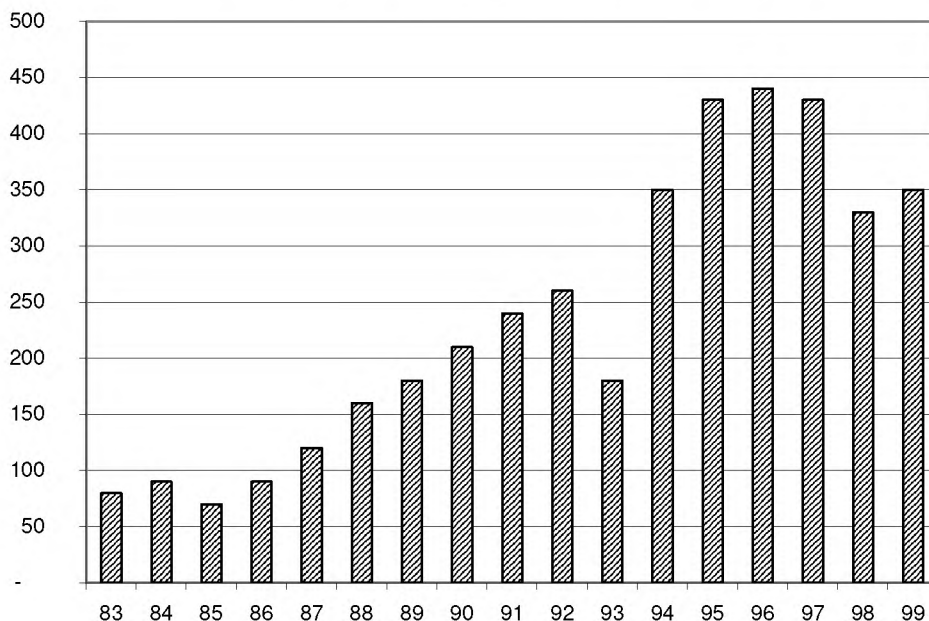
Діаграма 1. Обсяги поставок експорту між країнами Східної Азії

(процентне співвідношення обсягів поставок експорту дев'яти країн Східної Азії в інші країни Східної Азії, ЄС та США)



Діаграма 2. Інтра регіональний експорт

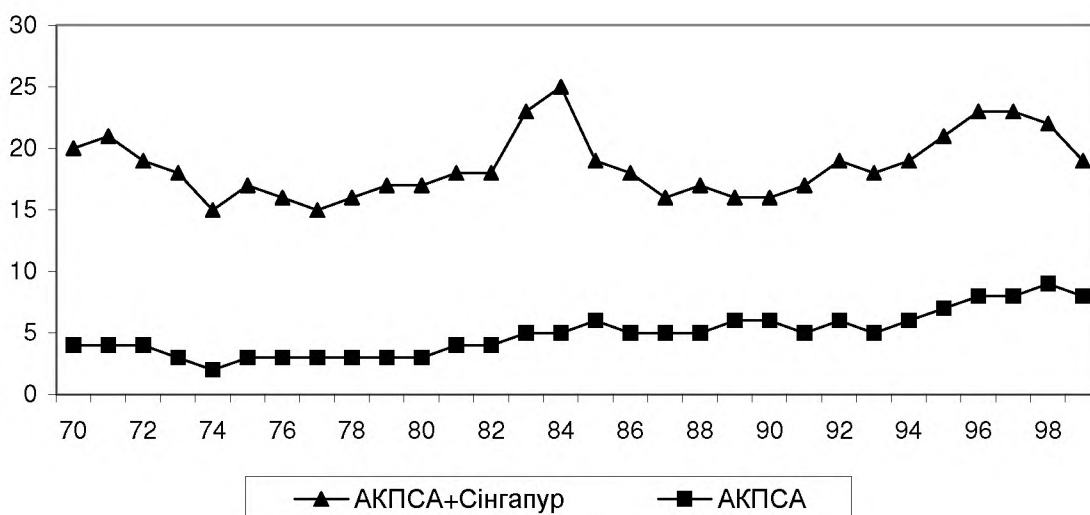
(одиниця = мільярд доларів США) (регіон = дев'ять країн Східної Азії)



Джерело: те саме, що в діаграмі 1.

Діаграма 3. Інтраазіатський експорт у % з і без Сінгапуру

(Частка інтраазіатського експорту в загальному азійському експорті) (одиниця = %)



Джерело: те саме, що в діаграмі 1.

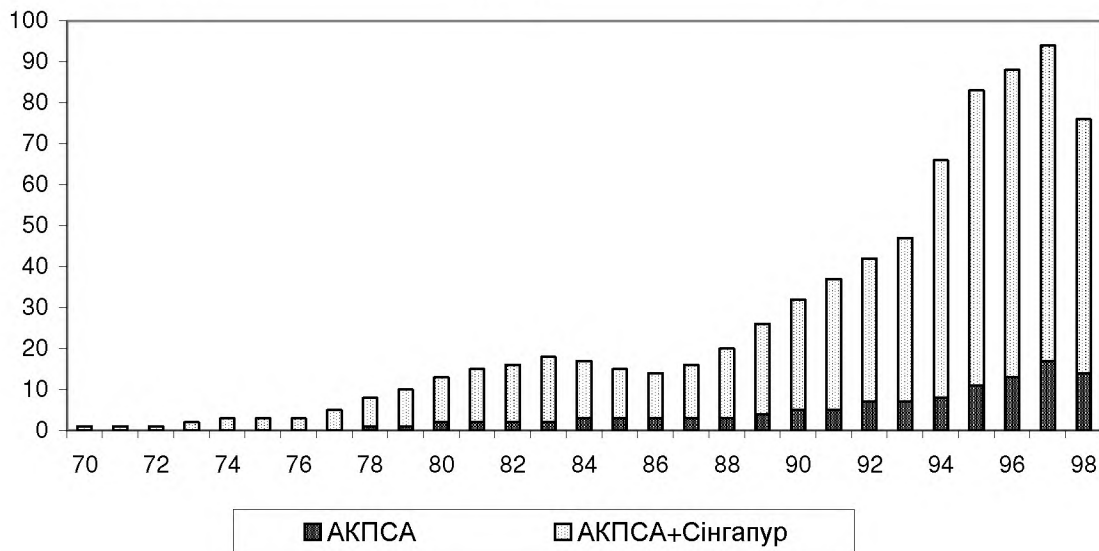
Діаграма 4. Вартість інтраазіатського експорту з і без Сінгапуру

(Одиниця:

мільярд

доларів

США)



Джерело: те саме, що в діаграмі 1.

4. Різні рівні інтеграції

Загалом існують ще два види економічної інтеграції:

- (1) Неофіційна інтеграція (де-факто, функціональна, яку проводить фірма і яка має ринкову спрямованість).
- (2) Офіційна інтеграція (де-юре, що ґрунтується на правилах і якою керує уряд).

Перша є ефективнішою, ніж друга у контексті Східної Азії.

Друга має такі три східноазіатських рівні:

- (2-1) субрегіональний рівень (двосторонні угоди)
- (2-2) регіональний рівень (АЗВТ, АКПСА)
- (2-3) суперрегіональний рівень.

(2-1) субрегіональний рівень (двосторонні угоди)

Це найефективніший серед цих трьох, який має важливий вплив на регіональний поділ праці та на зростаючу конкуренцію серед азіатських компаній. Хорошим прикладом є зв'язок Сінгапур–Джогор. З 1980-их рр. сінгапурські компанії вкладають свої інвестиції у Джогор–Байру, Малайзію у міру того, як зростає рівень заробітної плати у Сінгапурі. Трикутник зростання Сінгапур/Джогор/Piaу (SIJORI) також означає офіційну ідентичність

у 1989 р., коли Індонезія проголосила про вжиття заходів щодо лібералізації процедур іноземних інвестицій на острові Батам у Piaу. Перед зустріччю глав держав Індонезії та Сінгапуру. Зростання, що відбулося у країнах трикутника, було спричинене проведенням додаткових економічних заходів. У цих країнах уряд відіграє допоміжну роль, тоді як уряди європейських країн – керівну. Особливо значимими є урядові гарантії, які пропонують іноземні інвестори. Основними гравцями на цьому полі є компетентні менеджери азіатських компаній.

Таким чином, найуспішнішими із транскордонних угод є ті, що стосуються приватних галузей. Хорошим прикладом із нещодавно підписаних угод є торгова угода між Сінгапуром та Японією і торгова угода між Кореєю та Японією (2-1).

(2-2) регіональний рівень (АЗВТ, АКПСА)

25 жовтня 2000 р. у Токіо Родольфо С. Северіно, Генеральний секретар АКПСА, проголосив, що «АКПСА є відкритим перспективним регіоном, який інтенсивно підтримує мультинаціональну торгову систему, яку регулюють угоди, що ґрунтуються на правилах і відповідають принципам вільної

торгівлі. Інтенсивну регіональну інтеграцію АКПСА підтримують такими заходами, як лібералізація та проведення інших полегшувальних заходів (АЗВТ (зона вільної торгівлі АКПСА)), промислова інтеграція (СПСА (схема промислової співпраці АКПСА)), лібералізація та проведення інших полегшувальних заходів у сфері послуг (СІА (сфера інвестицій АКПСА)) і інфраструктурні зв'язки та мережі».

Незважаючи на цю офіційну заяву, всі офіційно прийняті заходи на поглиблення інтеграції мають незначний вплив. Зона вільної торгівлі АКПСА (АЗВТ) залишається здебільшого створеною в планах, а не в реальності. Сінгапурська декларація 1992 р., яка проголосила про створення АЗВТ, становит майже дюжину сторінок. Цілковито протилежною щодо цього є угода АЗВТ-9. Створення АЗВТ спричинене побоюванням того, що голос АКПСА ігноруватимуть у світі, де значною мірою домінують такі регіональні торгові блоки, як АЗВТ-9 та ЄС, та побоюванням відкриття іноземних інвестицій зі Східної Азії.

У жовтні 2000 р. на Семінарі промоції спільних інвестицій АКПСА-Японія 2000, президент АКПСА-ССІ Хосе С. Концепціон проголосив, що «АКПСА складається із 10 країн та є відкритим регіональним ринком, що налічує 500 споживачів. Інтра-АКПСА торгівля зросла від 43 млн. дол. США у 1993 р. до 71 млн. дол. у 1988 р.».

Таким чином, в інтра-регіональній торгівлі відбулося зростання. За п'ять років інтра-АКПСА торгівля зросла майже вдвічі. Діаграма 2 підтверджує, що показники поставок експорту за 1993–1998 рр. між країнами АЗВТ-9 не збільшились до таких розмірів.

Діаграма 4 показує, що поставки експорту між АКПСА за 1992–1997 рр. зросли більш ніж удвічі. Показники збільшення обсягів експорту були більшими в АКПСА плюс Сінгапурський регіон (діаграма 4), ніж у регіоні АЗВТ (діаграма 2).

Вважають, що АКПСА сприяє прогресу в урегулюванні внутрішніх конфліктів та гармонізації зовнішніх тарифів. Такі регіональні організації, як АКПСА (наприклад, АЗВТ), сприяють полегшенню функціонування ринково спрямованих мереж. Уряди цих організацій відіграють швидше полегшувальну, ніж керівну роль.

Полегшувальні зусилля АКПСА є справді значними. ВВС (Brand-to-Brand Complementation) АКПСА сприяє інтра-регіональному взаємному постачанню частин та компонентів, які японські компанії використовують для того, щоб захопити керівні позиції на ринку та квоту прибутку від збільшення обсягів (трансграничного) виробництва. Деякі країни фокусують свою діяльність на широкомасштабному виробництві певних частин і компонентів, що робить необхідним інтра-регіональну торгівлю.

Однак АКПСА має менш досконалу організаційну систему, ніж ЄС.

(2–3) суперрегіональний рівень (АРЕС)

АРЕС ставить перед собою серйозні цілі. Ця організація шляхом проголошення стандартизації може сприяти скороченню трансакційних видатків серед країн-членів цієї організації. АРЕС використовують для того, щоб здійснювати тиск на недискримінаційну торгівлю лібералізацію. Окрім цих функцій, АРЕС не відіграє важливої ролі в інтеграції.

5. Різноманітні мережі виробництва в Азії, які сприяють поглибленню інтеграції де-факто

5-1. Теоретичне застосування: модель «Plug-in»

Детальніший розгляд міжнародної озони виробничих мереж відображає динаміку ринку або ринково-спрямовану інтеграцію де-факто, перешкоджаючи поглибленню інтеграції. Розширення ПЗІ (прямих закордонних інвестицій) за допомогою ТНК по всій Азії приведе до створення численних міжнародних виробничих мереж, яких немає в ЄС.

Південно-східні країни Азії заохочують ТНК проводити операції в межах своєї країни,

і тому самі вступили у регіональні міжнародні мережі. Вони дотримуються «регіоналізованої» стратегії розвитку, пов'язаної зі застосуванням міжнародного поділу праці, встановленим ТНК в Азії. Міжнародні виробничі мережі ставлять за мету не лише розширення кількості членів. Але існує складний комплекс значно складніших та інтегрованіших мереж, які організують наукові дослідження та дослідні розробки, матеріально-технічне постачання,

розподіл, розробку продукції, виробництво та послуги підтримки. Таким чином, країни Азії запровадили виробничу мережу ТНК. Багато японських ТНК (наприклад, SONY, JVC, Matsushita) організують процес наукових досліджень і дослідних розробок, розробки продукції та розвитку переважно на регіональному рівні, ніж по всій Японії.

Ця мережа настільки складна, що жодна з теорій ПЗІ не достатня, щоб пояснити її. Сучасна економічна теорія не в змозі пояснити її. Парадигма Дуннінга OLI є відповідною, але недостатньою. У 1995 р. Сендер довів, що схема торгового обороту та торгової диверсифікації є також недостатньою. Теорії життєвого циклу продукції Вернона та теорії гусей, що летять, Акаматсу також бракує відповідності. Все, про що йшлося вище, можна назвати «моделлю увімкнення». Як тільки систему ввімкнуть, починається ланцюгова реакція системи, а це вигідно для південно-східної азіатської країни, що розвивається. Все, що необхідно країні, яка розвивається, – це запустити мережу ТНК. Тоді в країні відбудеться економічне зростання та збільшення обсягів постачання

експорту. Це виглядатиме так, ніби країна піднімається по елеватору.

Це буде схоже на те, що Едвард Чен (1993) називає «схемою вищого пілотажу». Кожен аероплан, що бере участь у повітряній виставі, відіграє певну роль, кожен створює одну фігуру після іншої. Коли командир подає сигнал, аероплан змінює свою роль і створює іншу фігуру. Подібним чином різноманітні схеми промислової спеціалізації генеруються різними новорозробленими технологіями. Різні країни знаходять різні ніші виробництва відповідно до своєї конкурентоспроможності, місцевих стимулів та місцевих переваг і спеціалізуються у різних субсекторах певної галузі промисловості за сигналом, поданим керівником мереж. Певна фігура, сформована певною кількістю аеропланів, відповідає певній мережі виробництва (чи певному ланцюгові виробників). Певна галузь спеціалізації не обов'язково повинна бути пов'язана з технологічним рівнем певної країни, але має бути з видом технологій ТНК. Гіпотеза вищого пілотажу промислового розвитку може таким чином співіснувати з гіпотезою гусей, що летять, пов'язаною із технологічним рівнем.

5-1-1. Поглиблення інтеграції ТНК в області електроніки

У цьому розділі ми зосередимо нашу увагу на дослідженні проблем електроніки. Фірми, що займаються виробництвом електронної продукції, створили порівняно складну мережу міжнародного виробництва, яка виходить за межі національних масштабів. Успіх конкуренції залежить від спроможності ТНК інструментувати такий комплекс міжнародних мереж та інтегрувати їх у загальну організацію фірми. Це інструментування сприяє інтеграції між ТНК.

Збільшення конкурентної ціни повинно поєднуватись із диференціацією продукції. Не менш важливим є і швидка доставка виготовленого товару на ринок. Суть конкуренції полягає у здатності фірми реалізувати свої потенційні можливості швидше та з меншими витратами, ніж її конкуренти. Особливо це стосується галузей, у яких інтенсивно застосовують робочу силу, таких як галузь електроніки. Жодна з фірм не може внутрішньо генерувати всі необхідні потенційні можливості. Це потребує зміни індивідуальної конкуренції на колективну чи договірної мережі фірм. Фірми, що займаються виробництвом електронної продукції, шукають нові шляхи вдосконалення своєї спеціалізації та інтеграції своїх операцій,

що проводились в інших країнах, у міжнародні виробничі мережі, складність яких постійно зростає. По суті, фірми, що займаються виробництвом електронної продукції, розбивають ціннісну мережу своєї діяльності на окремі функції для того, щоб розташувати їх там, де вони будуть застосовуватися найефективніше. Місцем розташування можуть бути сусідні країни. Систематична раціоналізація більш ніж часткова простягається далеко за межі національних кордонів та покриває численну кількість міжкордонних зв'язків, що сприяють внутрірегіональній трансакції. Важливішою є і систематична глобалізація, ніж часткова.

Мультинаціональні компанії стають вимогливішими до вибору місця розташування та джерела постачання. Низькі витрати на робочу силу є цілком нормальним явищем. Альтернативне місце розташування відбирається відповідно до якості спеціалізованих потенційних можливостей. Переваги місця розташування разом із перевагами власності згідно з підходами OLI Дуннінга є, безсумнівно, важливими. І це безпосередньо стосується такої галузі, як електроніка.

5-2. Китайські компанії та їх мережі за кордоном

5-2-1. Китайські компанії за кордоном: їх протяжність, швидкість та гнучкість

Закордонні китайські компанії належать до мультинаціональних виробничих мереж. Результатом цього згідно з думкою Боруса (1997 р., с. 8), є виробництво електронної продукції, що розвивається природним шляхом в Азії під контролем закордонного капіталу Китаю. Етнічні китайські інвестори відіграють приватну підприємницьку роль у Китайському Колі, Сінгапурі, Малайзії, Індонезії та Таїланді.

ЗК (закордонна китайська) мережа зосереджена на складному поділі чи виробничих завданнях (наприклад, компоненти чи етапи попереднього складання), які можуть втілюватися за допомогою сімейних магазинчиків чи окремих працівників, які працюють вдома. Одиниці фірм оперують у невеликих масштабах із мінімальним вкладанням інвестицій і на основі принципу схожості та дружніх

зв'язків. У результаті гнучкість фірм дає можливість збільшити або зменшити обсяги виробництва за порівняно короткий період або ввійти на ринок із мінімальними видатками. Найкращі ЗК мережі є надзвичайно протяжними. ЗК мережі є ізольованими, швидкими, гнучкими та мінливими.

Як і Американські мережі, ЗК мережі мають найконкурентоспроможнішу базу постачання в Азії та концентрують свою діяльність на промисловій електроніці. Як і японська система подвійного виробництва, ЗК мережі зберігають у домашній базі продукти, які мають високу додану вартість разом із найрозвиненішими процесами, а при офшорному розташуванні виробництва продукти, що мають нижчу додану вартість, поєднуються із простішими процесами.

Таблиця 1. Система подвійного виробництва у Японії

	Вдосконалена продукція	Невдосконалена продукція
Виробнича база	вітчизняна	офшорна

Система подвійного виробництва, подана у таблиці 1, передбачає диференціацію місця розташування виробництва вдосконаленої продукції від невдосконаленої. Вдосконалену продукцію виготовляють у Японії за допомогою вдосконалених процесів виробництва для того, щоб цю продукцію можна було виставити на передових ринках країни, тоді як невдосконалену продукцію виготовляють за допомогою невдосконалених процесів виробництва у регіональних філіалах Японії для того, щоб обслуговувати ринки Азії. Подібні системи існують у Кореї, Китаї тощо. Коли японські компанії підлягають урядовому тиску щодо локалізації, вони роблять це в межах встановленої бази постачання (шляхом операцій трансплантації вітчизняних японських постачальників). Діяльність компаній США, навпаки, зосереджується в межах певного регіону і переплітається із

місцевими ЗК виробниками. Цей лаг відображає: корпоративну стратегію, центр якої зосереджений в Японії; брак досвіду в міжнародному бізнесі тощо.

Однак, на відміну від Японії, ЗК мережі, у міру можливостей, свідомо піднімають рівень технічної спеціалізації шляхом встановлення зв'язків у межах регіонів Азії. І, на відміну від обох, центр ЗК мереж зосереджений також у Китаї. У майбутньому ЗК мережі можуть покінути із базою Китаю як глобальним центром, застосовуючи технічні ноу-хау в самому Китаї для того, щоб досягти світових масштабів, видатків та інноваційних процесів. Борус (1997 р.) визначив виробничу мережу Таїланду як частину виробничої мережі ЗК, а Зисман та Догерті (1995 р.) намагались розрізнити обидві, стверджуючи, що між ними існують деякі розбіжності, як ми зазначали раніше.

5-2-2. Бамбукова мережа закордонних китайських компаній у межах Азії

З 1500-их рр. південний Китай був трампліном для емігрантів з метою переправи у В'єтнам, Таїланд, Індонезію та інші країни Південно-Східної Азії. Ці закордонні китайські компанії розробили «бамбукову мережу», яка виходить далеко за межі країни. Це неформальна сукупність додаткових бізнес-зв'язків, що простягаються по всьому регіону, де підприємці, службовці компаній, торговці та

фінансисти Китаю – основні гравці місцевої економіки. Нині вважають, що закордонні компанії Китаю становлять 160 із 200 найбільших підприємств Індонезії. Закордонні компанії Китаю контролюють 80% корпоративних активів Індонезії, 50% корпоративних активів Малайзії та 90% виробництва Таїланду. Таблиця 2 узагальнює основні ознаки «бамбукової мережі».

Таблиця 2. Основні ознаки (бамбукової) мережі закордонних компаній Китаю

	Мережа закордонних компаній Китаю
Основні ознаки	Центр зосереджений в Китаї, протяжна, швидка, гнучка бамбукова мережа, має guanxi-основу
Схожість на американську мережу	Застосування спеціалізованих місцевих постачальників
Схожість на японську мережу	Система подвійного виробництва

Діяльність закордонних компаній Китаю у країнах Східної Азії доволі активна. Їх взаємна підтримка настільки сильна, що уряд жодної з країн не ігнорує їх. Бамбукова мережа служить для підтримки вже зазначених частин інтра регіональної торгівлі Східної Азії, але детальніше нам нічого не відомо.

Фірми Японії, США, Тайваню, Гонг Конгу, Кореї та закордонні компанії Китаю

встановлюють заплутані міжкордонні мережі, які частково перекривають одна одну та конкурують між собою, що не підлягає під простому теоретичному підході. Але між ними існують деякі розбіжності. Мережі США – відкриті, а мережі Японії та Кореї – закриті. Закордонні мережі Китаю закриті, але горизонтально інтегровані, тоді як мережі Японії та Кореї мають вертикальні зв'язки. Мережі Тайваню відкриті та горизонтально інтегровані.

6. Анкетний метод дослідження Малайзії та Таїланду, проведений автором

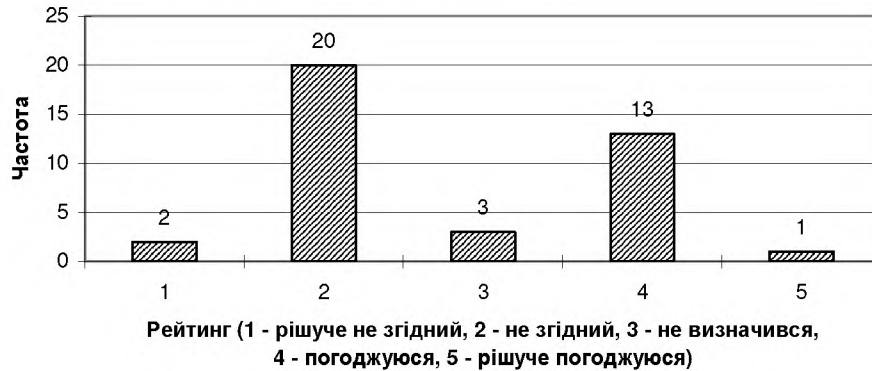
У листопаді 2000 р. я провів анкетне дослідження 40 філіалів японських компаній у Малайзії та однієї із 60 філій японських компаній у Таїланді. Кожна анкета складається із 30 тверджень, яким я просив дати оцінку головного управляючого. Рейтинг складався із п'яти рівнів: 1 – рішуче не згідний, 2 – не згідний, 3 – не визначився, 4 – погоджуюся, 5 – рішуче за. Чим вищими є показники рейтингу, тим позитивніша є оцінка твердження. Тут ми зосередимо увагу на двох запитаннях.

Твердження № 5: «Місцеві технології є добре розвиненими» та твердження № 6: «Галузі промисловості, які мають хороше

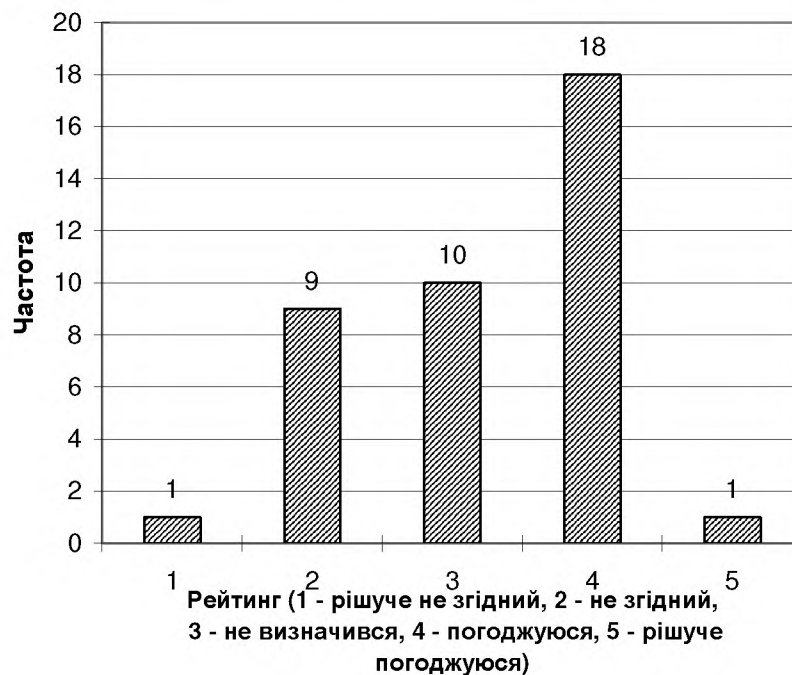
матеріально-технічне постачання, – розташовані поруч». Дуже важливим є те, що негативні відповіді переважають у твердженні № 6, і з цього ми можемо зробити висновок, що галузі промисловості, які мають хороше матеріально-технічне постачання, свої філіали за кордоном, розташовані поруч. Галузі промисловості, які мають хороше матеріально-технічне постачання і у яких японські компанії здійснюють свою діяльність, є локалізованими, але мають іноземне походження. Багато японських компаній не змогли знайти конкурентоспроможних вітчизняних постачальників, яким вони могли б довіряти.

Діаграма 5. «Добре розвинені місцеві технології»

Частоти 40 відповідей в авторському анкетному опитуванні філіалів японських виробничих компаній у Малайзії у жовтні 2000 р.

**Діаграма 6. «Галузі промисловості, які мають хороше матеріально-технічне забезпечення, розміщені поруч»**

Частоти 40 відповідей в авторському анкетному опитуванні філіалів японських виробничих компаній у Малайзії у жовтні 2000 р.



Діаграма 5 показує розподіл частоти 40 філіалів японських компаній у Малайзії у жовтні 2000 р. Більше половини респондентів дали негативні відповіді на твердження про те, що місцеві технології є добре розвиненими. 20 із 40, тобто половина респондентів, «не погодились» (другий показник рейтингу) із цим твердженням.

Діаграма 6 відображає розподіл частоти 40 філіалів японських компаній у Малайзії у

жовтні 2000 р. Близько половини респондентів дали позитивні відповіді на твердження про те, що галузі промисловості, які мають хороше матеріально-технічне постачання, розташовані поруч. 18 із 40 компаній, тобто 46% всіх респондентів, погодились із цим твердженням.

У діаграмі 7 показано частоту розподілу 60 відділень японських компаній у Таїланді в листопаді 1999 р. Більше половини респон-

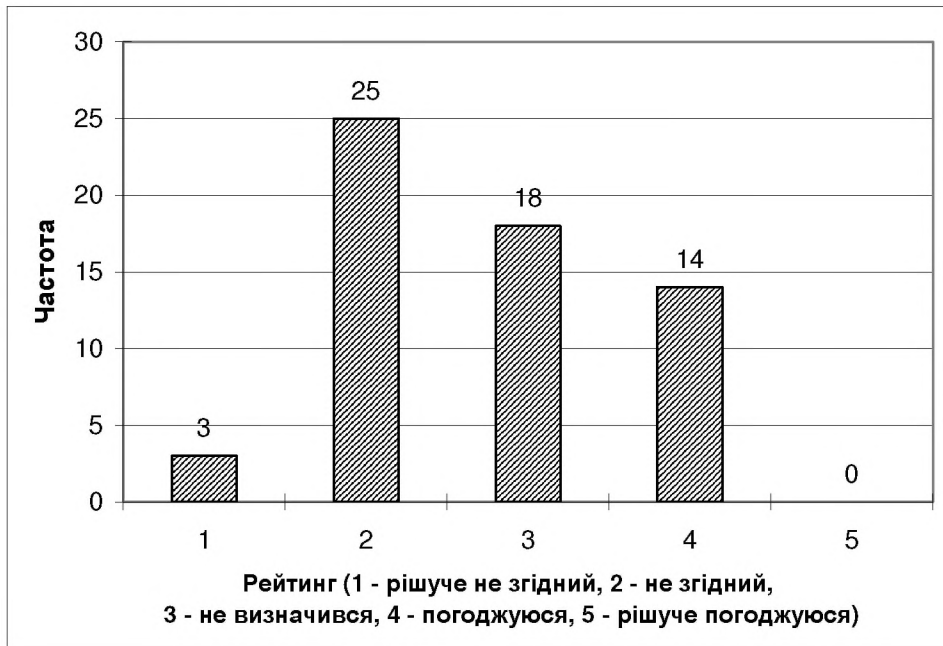
дентів висловлюють негативне ставлення до твердження, що місцеві технології добре розвинуті. 25 із 60 компаній, тобто 42% всіх респондентів, дотримуються іншої думки.

Діаграма 8 відображає частоту розподілу 60 відділень японських компаній у Таїланді в

листопаді 1999 р. Більше половини респондентів ставляться позитивно до того, щоб галузі товарозабезпечення розміщувались поряд. 23 із 60 компаній, або 39%, усіх респондентів підтримують цю думку.

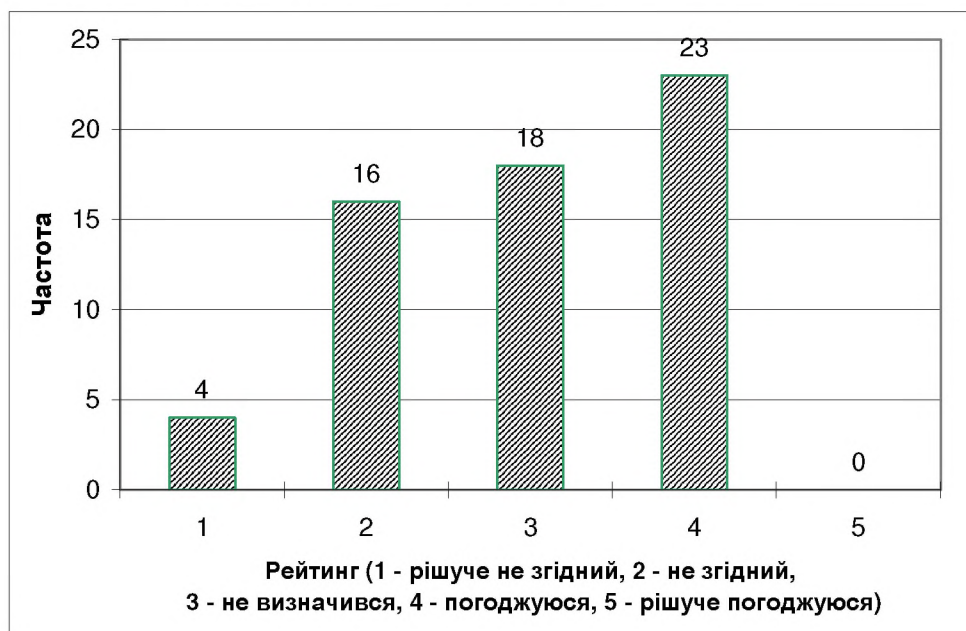
Діаграма 7. «Добре розвинені місцеві технології»

Розподіл частоти 60 відповідей в авторському анкетному опитуванні філіалів японських виробничих компаній у Таїланді у листопаді 1999 р.



Діаграма 8. «Галузі промисловості, які мають хороше матеріально-технічне забезпечення, розміщені поруч»

Розподіл частоти 60 відповідей в авторському анкетному опитуванні філіалів японських виробничих компаній у Таїланді у листопаді 1999 р.



Як підсумок, діаграми 5, 6, 7 і 8 чітко підтверджують, що японські менеджери в своїй більшості виступають за те, щоб галузі товарозабезпечення розміщувались поруч. Вони стверджують, що місцеві технології розвинуті в недостатній мірі. Їхня спільна робота справді проводиться на місцевому рівні, але вона базується на високоякісних вкладах східноазіатських або сусідніх країн, які розвивають внутрішню торгівлю між країнами АКПСА. Більшість галузей забезпечення, якими користуються японські виробничі компанії, – іноземного походження. Багато японських компаній, котрі хотіли б придбати технології, багато разів намагались це зробити в себе вдома, шукаючи спроможних вітчизняних постачальників, але

даремно. Все закінчувалось на японських відділеннях, споріднених корейських компаніях і тому подібне. Деякі економісти можуть засуджувати неспроможність залучати вітчизняних постачальників, але для мегаконкуренції найбільше значення має дуже висока якість продукції, а це можуть забезпечити тільки професійні, досвідчені, наукомісткі компанії, здатні швидко переорієнтувати свою діяльність. Такі компанії не просто знайти на місці. Багато часу потрібно також, щоб у достатній мірі розвинути технологічний рівень місцевих робітників. Нелегкою справою є і пересилка технологій. У Японських компаній інструкції не такі великі за обсягом, як в американських.

7. Внутрішня східноазіатська торгівля і японські компанії

Відділення японських фірм у Південній Азії дедалі більше забезпечують себе частинами і агрегатами з країн Південно-Східної Азії, а не з інших країн чи Японії. Вони дедалі більше розраховують на південно-східноазіатські поставки, що є переконливим свідченням нещодавнього зростання внутрішньорегіональної торгівлі. Забезпечення імпортом із країн Південно-Східної Азії полегшується деякими заходами АКПСА. Постачальниками часто є другі або треті групи підрядників, які нещодавно переселились з Японії і наслідують свої головні компанії. Очевидне зростання такого переселення особливо помітне з 1990 р. Де відбувається міграція японських ТНК, утворюється вертикальний і горизонтальний зв'язок.

Внутрішньорегіональній торгівлі значно сприяють філіали японських фірм. Індивідуальні ринки є настільки малими в Східній Азії, що немає сенсу створення малого ринку однієї країни. Необхідно створити загальний ринок Східної Азії для того, щоб отримати переваги великомасштабного виробництва, що веде до спаду цін і отримання прибутку. Японські виробники автопродукції налагодили мережу поставок через Східну Азію. Поставки добре координовані всередині Східної Азії, як показано в діаграмі 13. Якщо Таїланд, наприклад, спеціалізується на виробництві окремих частин для Східної Азії в цілому, то Малайзія, у свою чергу, спеціалізується на виробництві різноманітних частин для Східної Азії. Взаємне постачання чи обмін різними частинами, виготовленими в різних країнах Східної Азії, сприяє розквіту інтеррегіональної торгівлі, як зафіксовано в діаграмах 1, 2 і 13.

Таблиця 3, діаграми 9 і 10 показують забезпечення філіалів японських компаній у Східній Азії. Місцеве забезпечення включає внутрішнє забезпечення поставками з японських та інших філій корейських або китайських фірм. Матсушітська група Малайзії, наприклад, яка виробляє 5% валового національного продукту Малайзії й експортує 2% малайзійського експорту, має за мету збільшення місцевого постачання, зменшення імпорту та розширення експорту на інший східноазіатський ринок.

Філії японських компаній роблять внесок на посилення місцевого забезпечення і зростання внутрішніх виробничих об'єднань. Імпорт з Японії є стратегічно важливим, оскільки в межах певної місцевості відсутня основна продукція, провідна технологія і грошові вклади. Наприклад, протонні машини залежать від мітцубіських двигунів, що імпортують з Японії.

Місцеве постачання, як і імпорт з Японії, становить щонайменше 80% сукупного забезпечення в таблиці 3, але постійно збільшується кількість імпортованої продукції з «третіх» країн. Серед імпортованої продукції з «третіх» країн імпорт з Азії зростає із 45% у 1986 р. до 74% у 1996 р., стрибок на 19% за декаду. Це показує інтрарегіональну торгівлю з огляду на імпорт, забезпечений міжкордонним розширенням японської мережі поставок.

Таблиця 4, діаграми 11 і 12 по черзі показують торгівлю (збут) чи експорт філій японських компаній в Азії. Хоча місцевий продаж становить найбільшу частку, експорт у треті країни перевищує експорт у Японію і зростає з 1990 р. до 1996 р. Серед предметів

ввезення у «треті» країни експорт в Азію становив 59% у 1996 р., збільшившись з 43% у 1986 р. (табл. 4). Експорт в Азію включає також експорт в інші азіатські країни, формуючи таким чином азіатську мережу поставок. Такою є інтра-регіональна торгівля з огляду на сферу експорту.

Імпорт з Японії (табл. 3) перевищує експорт в Японію (табл. 4) з торговим балансом на користь Японії. Предмети, які експортує Японія, становлять менш ніж 20% усього експорту, хоча предмети, які імпортує Японія, становлять щонайменше 40% усього імпорту філій японських фірм. Південно-Східна Азія існує як типова країна з високим рівнем обігу в економіці (економіка типowo залежна від поставок імпорту

в плані зростання виробництва й експорту). Імпорт з Японії є необхідним для місцевого виробництва й експорту. Предмети імпорту перетворюються в предмети експорту за рахунок високого рівня технологій філіалів японських компаній в Південно-Східній Азії.

По суті, таблиці 3 і 4 і діаграми 9–12, які повністю відповідають діаграмам 1–4, чітко показують важливу роль, яку відіграють філії японських фірм у сприянні інтеграції де-факто. Інтра-регіональна торгівля базується не на політичних правилах, а на спільній стратегії філій японських компаній, що діють у світі. На завершення, економічній інтеграції де-факто Східної Азії, особливо Південно-Східної Азії, значно сприяють філії японських компаній.

Таблиця 3. Постачання філій японських фірм у Східній Азії (%)

		1986	1990	1996
Місцеве постачання		42	50	40
Імпорт з Японії		45	39	40
Імпорт із «третіх» країн		13	11	19
		1986	1990	1996
Імпорт з «третіх» країн	Північна Америка	15	8	7
	Південна Америка	3	6	1
	Азія	45	54	74
	Середній Схід	1	3	7
	Європа	4	12	4
	Океанія	30	12	2
	Африка	2	5	1

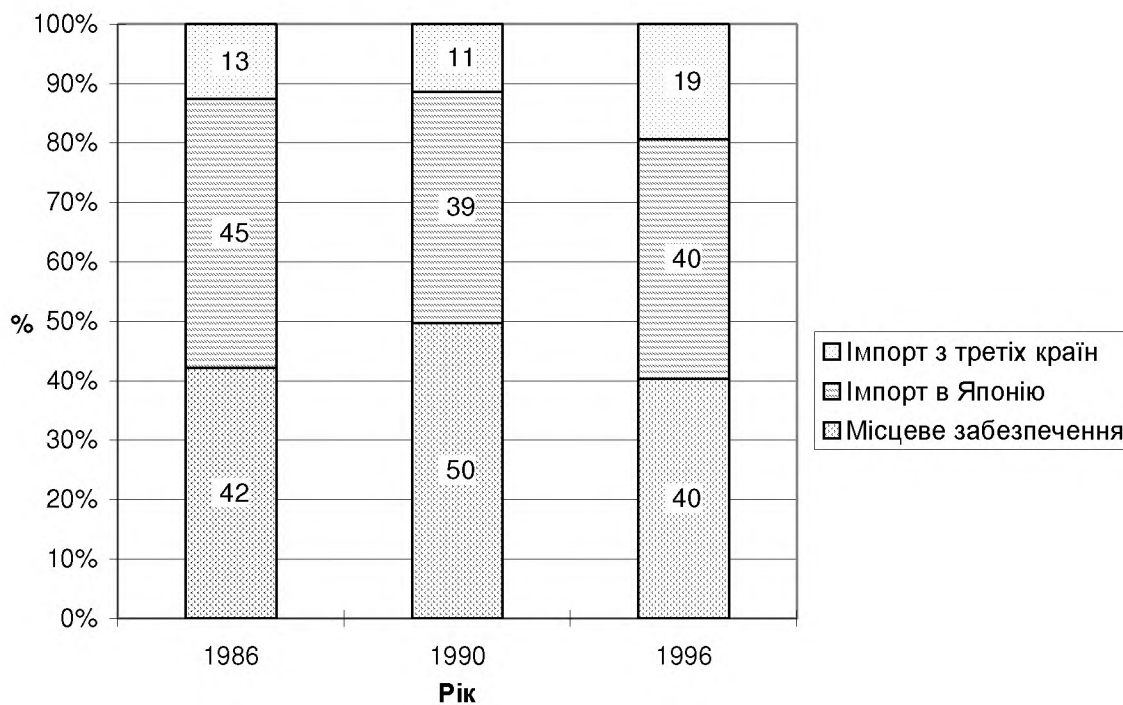
Таблиця 4. Торгівля філій японських фірм в Азії (%)

		1986	1990	1996
Місцеві продажі		55	64	58
Експорт у Японію		16	16	19
Експорт у «треті» країни		30	20	23
		1986	1990	1996
Експорт в «треті» країни	Північна Америка	35	30	16
	Південна Америка	1	1	1
	Азія	43	48	59
	Середній Схід	3	2	1
	Європа	15	16	8
	Океанія	1	2	1
	Африка	1	1	0

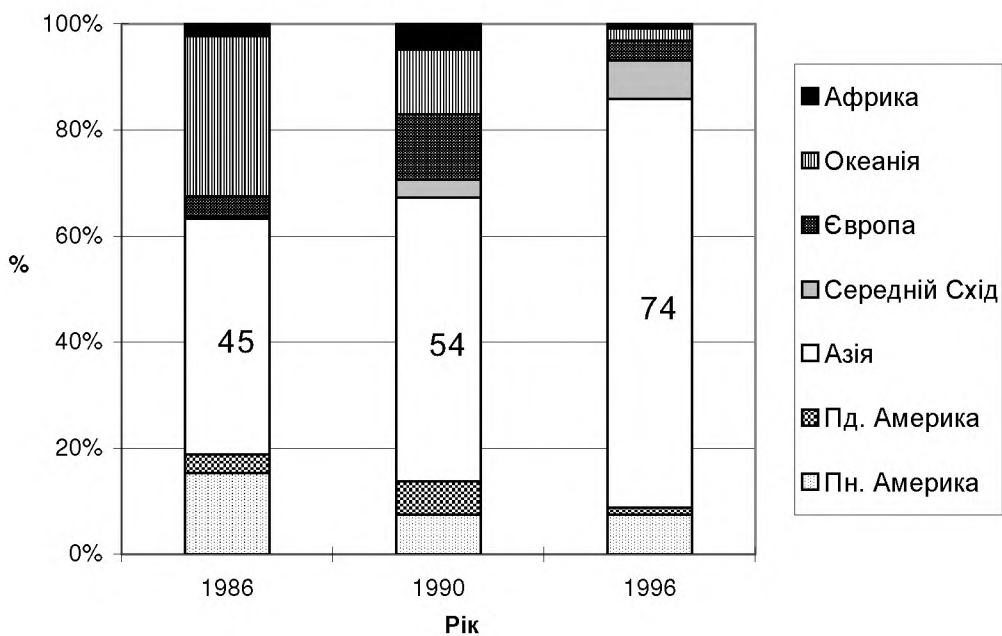
«Треті» означає «не місцеві» і «не японські»

Джерело: MITI, Kaigai Tousei Toukei Yourann, різні видання.

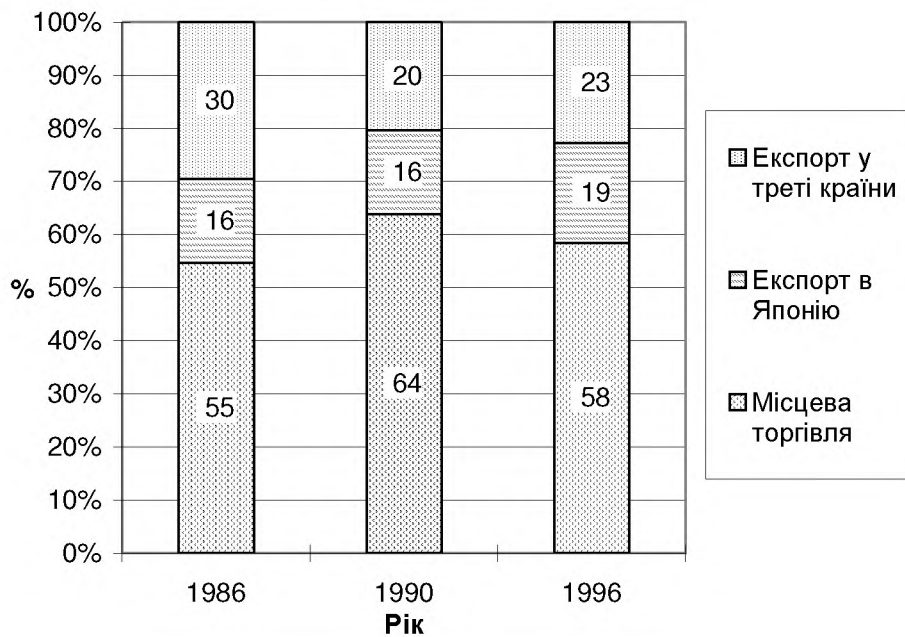
Діаграма 9. Забезпечення філіалів японських фірм в Азії



Діаграма 10. Імпорт з «третіх» країн японськими компаніями в Азії



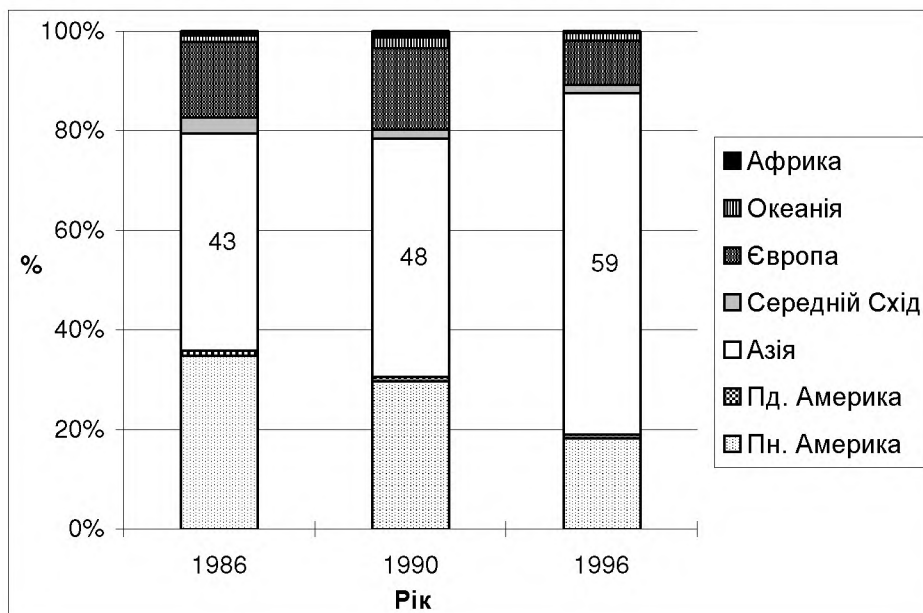
Діаграма 11. Торговля філій японських фірм в Азії



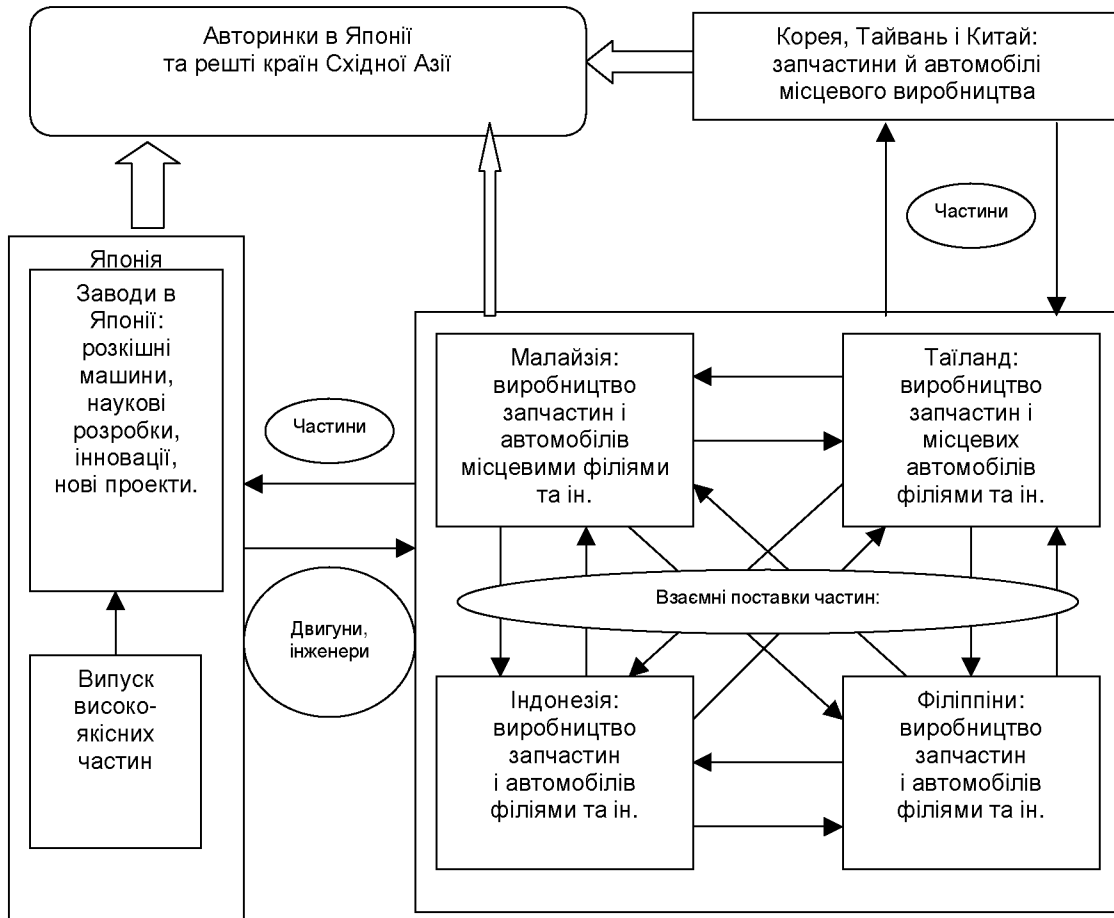
Діаграма 13 ілюструє інтра регіональну торгівлю у сфері автомобільних частин. Те, що припускають у табл. 3 і 4, діаграмах 10 і 12, пояснюється у діаграмі 13. Взаємні поставки частин здійснюють серед чотирьох країн АКПСА (Малайзія, Таїланд, Індонезія і Філіппіни) під контролем МНК. Кожна з чотирьох спеціалізується на великомасштабному виробництві певних типів частин і компонентів і залежить від інших країн, особливо членів АКПСА; інші частини і компоненти – під керівництвом МНК. З АКПСА

Four надходять частини і компоненти в Японію, Корею та інші країни для сприяння роботі автомобільних організацій. Роль Японії є важливою і як ринку, і як виробника. Японія також має користь від всеазиатської мережі. Також глибоко задіяні японські підприємства малого і середнього бізнесу. МНК керують зростаючим комплексом філіалів. Динаміка ринку працює добре. Мережева співпраця серед локалізованих компаній проявляється в міжнародних угодах, які посилюють інтеграцію де-факто в Східну Азію.

Діаграма 12. Експорт у «треті» країни філіалами японських фірм в Азії



Діаграма 13. Мережа виробництва автомобільних частин у Східній Азії
 (включення японських МНК і підприємств малого і середнього бізнесу в міжкраїнний поділ праці у Східній Азії (Модель Plug-In для Південно-Східної Азії))



Джерело: Мої власні інтерв'ю у Таїланді, Малайзії та Індонезії; Агентство малого та середнього бізнесу, «Звіт про інтернаціоналізацію малого бізнесу», грудень 1997 р.

8. Висновок

Східноазіатська інтеграція (типу АКПСА) у багатьох аспектах відрізняється від інтеграції

типу ЄС. Відмінності можна згрупувати таким чином:

Європа	Порівняння	Східна Азія (АКПСА)
Інтеграція де-юре	Основна особливість	Інтеграція де-факто
Жорстка	Організація	Вільна
Політика	Рушійна сила	Ринок
Ведуча	Роль уряду	Сприятлива
Невід'ємна, стала	Концепція спільноти	Невластива, слабка
Мала	Відмінність політичної системи	Велика
Розвинуті країни	Члени	Країни, що розвиваються
Уряди	Промоутери інтеграції	Головна мережа (особливо японських фірм)
Збільшується	Інтра регіональна торгівля	Зростає
Мала	Інтра регіональне розходження в доходах	Велика
Небагато	Неформальні додаткові бізнес-стосунки	Багато

Відносно закрита	Регіоналізм	Відносно відкрито
Обширна	Прибутки від вільної торгівлі	Велика
Так	Присутність ЄС	Так

Незважаючи на відмінності чи труднощі, інтра регіональна торгівля у Східній Азії зросла. Яким чином? Різноманітні нові дані статті підтримують думку про те, що японські мультинаціональні компанії відіграють значну роль як промоутери інтеграції де-факто в Східній Азії, особливо Південно-Східній Азії, хоча Сінгапур як серцевина АКПСА є важливим у різних аспектах. Крім цього, є масові потоки FDI з Японії, що збільшують місцеве виробництво з допомогою японських фірм-трансплантантів, залучення японських підприємств малого і середнього бізнесу, зміни в оцінці японських відносних переваг, азіатські місцеві стимули і власні зусилля. Доречною є також співпраця з корейськими фірмами. Азіатська мережа Samsung, наприклад, тісно пов'язана з японськими багатонаціональними компаніями.

Якщо відбувається переміщення японських МНК, то здійснюється їх вертикальний і горизонтальний зв'язок. У локалізації управління Японія відстає від інших передових країн, як показало моє опитування в Малайзії, Таїланді, Німеччині та США. Японські підприємства малого і середнього бізнесу є також промоутерами інтеграції де-факто.

Країни Південно-Східної Азії заохочують японські та інші компанії МНК проводити операції в межах їхніх кордонів і таким чином втілюють регіональну систему виробництва головної мережі управління. Міжнародні мережі, недоступні в Європі, ускладнюються, переплітаються і накладаються, роблячи інтеграцію де-факто глибокою і єдиною в своєму роді. Динаміка ринку функціонує добре, особливо у Східній Азії. Все, що

потрібно зробити в країнах, що розвиваються, Східної Азії – це запустити мережу. Тоді мережа починає працювати під контролем головної мережі управління, як, наприклад, літакобудування розпочинається лише під контролем командування польотами. Країна, що розвивається, піднімається за рахунок того, хто її «піднімає» («елеватора»), досягаючи високого економічного зростання і експансії експорту всередині самої мережі виробництва – головної мережі управління. Модель «елеватора» працює добре.

Моє власне опитування менеджерів японських компаній показало, що філії іноземних промисловостей розташовані поряд у Південно-Східній Азії. Внутрішнє забезпечення стає можливим за підтримки іноземних філій, які дають можливість для створення внутрішніх об'єднань (кластерів). Південно-Східна Азія діє як країна з високим рівнем обігу. Основні предмети імпорту з Японії чи інших місць перетворюються в предмети експорту місцевими філіями іноземних компаній. Економіка з високим рівнем обігу відповідає моделі (Plug-In) – застосування головної мережі управління у виробничій сфері. Взаємним поставкам продукції серед країн Східної Азії сприяють переважно філії японських компаній під керівництвом головної мережі, не шукаючи майбутнього в ЄС.

На завершення – різноманітні нові дані, включаючи моє власне дослідження, підтверджують, що економічній інтеграції де-факто в Східній Азії, особливо в Південно-Східній Азії, значно сприяють японські філіальні компанії. І навпаки, інтеграція де-юре підтримується політичними ініціативами і нав'язується урядами

Література

Abe (1993), Kiyoshi, «European and Japanese Direct Investments in Alabama», Atlantic Economic Society Best Papers Proceedings, Vol. 3, No.2, July 1993.

Ahn (2000), Choong Yong, «Newly Emerging Economic Integration in Northeast Asia: Challenges and Prospects», presented at the 59th Conference of the Japan Society of International Economics, Hitotsubashi University, Japan, Oct. 2000.

Aoki (2000), Takeshi, ASIAN ECONOMY: PATH TO SUSTAINABLE GROWTH (in Japanese), Nihon Hyohronsha.

Bergsten (2000), C. Fred, «The New Asian Challenge», Working Paper 00-4 March 2000, Institute for International Economics.

Borrus (1997) Michael, «Left for Dead: Asian Production Networks and the Revival of US Electronics», BRIE Working Paper #100, April.

Capannelli (1997), Giovanni, «Industry-wide Relocation and Technology Transfer by Japanese Electronic Firms---A Case Study on Buyer-Supplier Relations in Malaysia», Ph. D. Dissertation, Hitotsubashi University, November.

Chen (1993), Edward K.Y., «Economic Restructuring and Industrial Development», BUSINESS AND THE CONTEMPORARY WORLD, Spring 1993.

Ernst (1997), Dieter, «From Partial to Systemic Globalization: International Production Networks in the Electronics Industry», April, BRIE Working Paper #98, Graduate School of International Relations and Pacific Studies, University of California at San Diego.

Kim (1997), Youngsoo, 'Technological Capabilities and Samsung Electronics' International Production Network in Asia', BRIE Working Paper #106, November.

Nomura Research Institute (NRI) (1999), «Survey of Japanese, US and German Companies in Asia», January.

Ravenhill (1995), John, «The Regionalization of Production and Competitiveness in East Asia», Department of International Relations, Research School of Pacific and Asian Studies, Australian National University.

Sander (1995), «Deep Integration, Shallow Regionalism, and Strategic Openness: Three Notes on Economic Integration in East Asia», in Renate Ohr and Franz Peter Lang (Eds.), INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION, Studies in Contemporary Economics, Physica-Verlag.

Weidenbaum (1996), Murray, and Hughes, Samuel, The Bamboo Network: How Expatriate Chinese Entrepreneurs Are Creating a New Economic Superpower in Asia, New York: The Free Press.

Zysman (1995), John, and Dohery, Eileen, «The Evolving Role of the State in Asian Industrialization», BRIE Working Paper #84, November.