

Положение на японском рынке¹

Козн

Токийское бюро Electronics

Дан анализ сложного положения на японском рынке, обусловленного резким повышением курса иены и накоплением в стране больших валютных резервов. Будучи страной, всегда ориентированной на экспорт готовой продукции, Япония сейчас оказалась вынужденной расширять импорт изделий. Рассматриваются возникшие в связи с этим возможности для проникновения на внутренний японский рынок американских электронных фирм.

Как говорит руководитель исследовательского отдела одного из крупнейших японских банков, Япония — странная страна, в которой механизмы, регулирующие положение на рынках, перестают работать, когда наступают трудные времена. Нелегко найти более сжатое определение состояния японской экономики в последние месяцы. Посмотрите, что произошло. Курс иены по отношению к американскому доллару взлетел очень высоко, однако Япония продолжает накапливать положительное сальдо в иностранной валюте. В противоположность обычным экономическим представлениям объем импорта не увеличивается, как и не уменьшаются цены на импортные товары широкого потребления.

Современная Япония была в чистом виде импортером сырья и топлива и экспортером промышленной продукции еще со времен Мейдзи в конце XIX века. После нефтяного кризиса 1973 г. она направила еще больше усилий на увеличение экспорта, чтобы иметь возможность платить за нефть, сырье и продукты питания. К 1976 г. Япония очень преуспела в этом. Экспорт возрастал значительно быстрее, чем импорт, и запасы иностранной валюты росли. Курс иены возрастал сначала медленно, а после сентября 1977 г. резко пошел вверх.

Больше правительственных ассигнований. Со своей стороны правительство Японии обещало другим правительствам, что будет поощрять рост внутренней экономики, и провело два законопроекта о дополнительных государственных ассигнованиях на эти цели. По крайней мере одно, а, возможно, и два дополнительных ассигнования планируются также на этот год. Однако экспорт продолжает расти более быстрыми темпами, и запасы иностранной валюты к настоящему времени превысили 29 млрд. долл.

Хотя японские промышленники уже давно избавились от репутации изготовителей низкосортной продукции, они не достигли уровня таких фирм, как Rolls Royce. В основном, они проводили политику, направленную на увеличение массовости производства при небольшой норме прибыли.

Во многих отраслях промышленности показатели прибыли были достаточными для поддержания деятельности целых фирм и даже целых отраслей, работающих только на внешний рынок. Наглядным примером служит недавний бум в области радиоаппаратуры для диапазонов частного пользования.

Даже некоторые известные фирмы ориентируются в первую очередь на экспорт: например, экспорт фирмы Sony Corp. составляет 57% всего объема продаж. Другие изготовители также

¹ Ch. Cohen. Selling Japan, pp. 78—80.

стремятся экспортировать продукцию, обычно продаваемую на внутреннем рынке, если цена на нее оказывается достаточной, чтобы покрыть прямые расходы и хотя бы часть (не обязательно полностью) косвенных расходов. Целью этих изготовителей является увеличение объема производства и снижение расходов в расчете на одно деление.

Популярность. Этот подход особенно популярен сегодня, когда спрос на внутреннем рынке невелик, необходимы усилия для сохранения занятости, а высокий курс иены оказывает давление на цены. Помимо уменьшения собственных показателей прибыли изготовители требуют — и добиваются — снижения цен со стороны своих поставщиков, которые должны нести основное бремя трудных времен, нравится им это или нет.

С другой стороны, среди японских импортеров готовых изделий наблюдается противоположная тенденция. Большую часть времени, прошедшего после второй мировой войны, импорт был ограничен валютными квотами. Кроме того, японским импортерам разрешалось устанавливать монопольные отношения с иностранными поставщиками, не позволявшие разным фирмам импортировать одни и те же изделия. В результате у импортеров сложилась психология монополистов и тенденция устанавливать такие цены, которые позволили бы им за год сбыть товаров на сумму, равную годовой квоте, вместо того, чтобы увеличивать потребление товаров, продавая их по более низким ценам. Исторически сложилось так, что иностранные товары имели лучшую репутацию в отношении качества и внешнего вида, что позволяло поддерживать высокие цены на них. (Есть даже японское слово, имеющее очень положительный смысл, «Хакурайхин», что буквально означает товар, прибывший на корабле.)

Для большинства изделий квот больше нет, однако характер импортеров не изменился. Они все еще пытаются сохранить свою исключительность и продавать небольшие партии товаров по высоким ценам.

В области потребительских товаров также сложилась поразительная ситуация. Импорт говядины, например, ограничен по объему, а также обложен дополнительным налогом 3,25 долл. за килограмм якобы для того, чтобы получить средства на развитие собственного производства говядины! Газеты часто строят предположения относительно того, куда идут эти деньги, но похоже, что никто этого не знает.

Суммы, о которых идет речь, очень велики — в месяц они превышают суммы, выделяемые правительством на японскую программу исследований и разработок в области сверхбольших ИС, которые в 1978 г. достигли максимальной величины 10 млрд. иен. С другой стороны, импорт

топлива и сырья продолжает оставаться на низком уровне из-за низкого уровня экономики.

Плавающий курс иены. Таким образом, возможности уменьшения денежных запасов не используются, причем правительство фактически противодействует давлению со стороны стран — торговых партнеров, оказываемому с целью добиться уменьшения этих запасов. Вместо этого правящие круги надеялись сбалансировать торговлю с помощью плавающего курса иены, однако очевидно, что это не удалось. Остается лишь гадать, куда пойдет курс иены в дальнейшем, а судя по некоторым оценкам, он может возрасти от нынешнего уровня около 180 иен за доллар до 160 иен за доллар. Никто не ожидает быстрого возврата к «нормальному» курсу 220—240 иен за доллар.

Экспорт может оставаться на неизменном уровне до конца сентября, поскольку многие контракты на экспорт делятся до этого времени; это сохранит рост японских валютных запасов и еще больше увеличит давление на иену. Для многих фирм и даже целых отраслей промышленности, вероятно, будет почти невозможно заключить новые контракты на вторую половину японского финансового года, который начинается в октябре, а это может привести к многочисленным банкротствам.

Однако все это открывает благоприятные возможности для американских фирм. Хотя японские импортеры руководствуются своей монополистической психологией, американские изготовители, контролирующие импорт своей продукции, пользуются сложившейся ситуацией, чтобы снизить цены и увеличить объем продаж.

Недавно фирма Kodak понизила цены на свою цветную негативную пленку настолько, что это вынудило фирмы Fuji и Konica также снизить цены. Совместное американско-японское предприятие — фирма Yokogawa-Hewlett Packard — утверждает, что в течение 1977 г. она снизила цены в общей сложности на 40%.

Американские изготовители полупроводниковых приборов держат в Японии в целом несколько более высокие цены, чем в США, учитывая спрос на изделия повышенного качества, развитую систему обслуживания и расходы на импортирование. Это, а также тот факт, что они постоянно снижают цены, вуалирует влияние изменений обменного курса, однако обозреватели считают, что американские изготовители обеспечивают японским покупателям значительную часть их валютных накоплений за счет пониженных цен.

Облегчение торговли. Другую перспективу для американских электронных фирм открывают предполагаемые благоприятные торговые соглашения. Представитель министерства внешней торговли и промышленности говорит, что Япо-

ния в принципе достигла соглашения с США о снижении таможенных тарифов на ИС, компьютеры и терминалы, хотя оно сможет вступить в силу после достижения многосторонних соглашений, особенно с членами Европейского сообщества¹.

Несмотря на то что японский рынок является вызовом классической экономике, изготовители, помышляющие о выходе на этот рынок, могут решить, что сейчас наступил для этого самый подходящий момент. Хотя общий объем продаж растет не очень быстро, обменный курс чрезвычайно благоприятен. Японские изготовители, скорее всего, находятся в состоянии шока от потери экспортных рынков и необходимости поддерживать избыточную рабочую силу. А банки переполнены деньгами, которые они хотят выдавать под низкий процент — начиная с 3,75%.
