



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

А. В. Белов

ОПЛАТЯ

ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС

НИЯ



Андрей Белов

Япония: экономика и бизнес

«Санкт-Петербургский государственный университет»

2017

УДК 330.3+338.1+339.9
ББК 65.6+65.9(4/8)

Белов А. В.

Япония: экономика и бизнес / А. В. Белов — «Санкт-Петербургский государственный университет», 2017

ISBN 978-5-288-05716-8

В книге рассмотрены вопросы экономики и бизнеса в современной Японии, раскрыт их переходный характер. Предложена междисциплинарная концепция национальной модели экономики и бизнеса, которую можно применить к исследованию любой страны. Дано описание «японского экономического чуда» и причин замедления темпов экономического роста в начале 1990-х годов. Приведены характеристики экономической деятельности государства и регионов, предприятий и домохозяйств. Проанализированы конкретные примеры активности компаний на внутреннем рынке Японии. Исследованы черты внешнеэкономических связей и особенности японо-российской торговли. В результате дана краткая, емкая и точная характеристика экономики и менеджмента Японии, а также определены элементы японского опыта, применимого к развивающимся и переходным странам. Книга предназначена студентам бакалавриата, обучающимся по направлению «Мировая экономика». Может быть полезна студентам магистратуры, аспирантам и стажерам, а также слушателям курсов переподготовки и преподавателям – всем интересующимся вопросами мировой экономики, международного менеджмента и социально-экономической ситуацией в Японии.

УДК 330.3+338.1+339.9
ББК 65.6+65.9(4/8)

ISBN 978-5-288-05716-8

© Белов А. В., 2017
© Санкт-Петербургский
государственный университет, 2017

Содержание

Список сокращений	7
Введение	8
Глава 1	11
1.1. Что такое национальная модель: кубик Рубика	11
1.2. Своеобразие японского общества: от географии до конституции	15
1.2.1. Географическое положение и природные условия	15
1.2.2. Нация и язык	17
1.2.3. Религия и национальный характер	19
1.2.4. Ветви власти и организация общества	21
1.2.5. Конституция и попытки ее изменения	23
1.3. Культура как основа экономического поведения	25
1.3.1. Международные сравнения культурных особенностей	25
1.3.2. Характеристики деловой культуры Японии	27
1.3.3. Герои бизнеса как представители деловой культуры	28
Вопросы и задания	33
Глава 2	34
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Андрей Белов

Япония: экономика и бизнес

*Автор благодарит Университет префектуры Фукуи (Япония)
и ассоциацию выпускников экономического факультета СПбГУ
«Содружество» за финансовую поддержку издания данной книги.*

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



Рецензенты:

д-р ист. наук, проф. А. В. Филиппов (С.-Петербург. гос. ун-т),
д-р экон. наук А. А. Белых (ПАО «Банк «Санкт-Петербург»)

*Печатается по решению Учебно-методической комиссии экономического факультета
Санкт-Петербургского государственного университета*

Список сокращений

ВВП – валовой внутренний продукт
ВИЭ – возобновляемые источники энергии
ВНД – валовой национальный доход
ВНП – валовой национальный продукт
ВСТО – Восточная Сибирь – Тихий океан (нефтепровод)
ВЭС – внешнеэкономические связи
ИЧР – индекс человеческого развития
КК – кружки качества
КУ – корпоративное управление
ЛДП – либерально-демократическая партия (Японии)
МГП – магистральный газопровод
МСП – малые и средние предприятия
НИОКР – научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки
ННН – незаконная, несообщаемая и нерегулируемая (деятельность, торговля и т. п.)
н. д. – нет данных
ОДУ – официально допустимый улов
ОПР – официальная помощь развитию
ОЭСР – Организация экономического сотрудничества и развития
ПИИ – прямые иностранные инвестиции
ППС – паритет покупательной способности
ПРС – преимущественно сельские регионы
СП – совместное предприятие
СПГ – сжиженный природный газ
СРП – соглашение о разделе продукции
ТПП – торгово-промышленная палата
ТТП – Транстихоокеанское партнерство
АМ – Ameoba Management
BTU – British thermal units
CCS – carbon capture and storage
CPI – consumer price index
НН – Henry Hub
JCC – Japan Crude Cocktail
JETRO – Japan External Trade Organization
JIT – Just in Time
ММ – Matrix Management
OECD – Organization for Economic Cooperation and Development
SEJ – Seven & Eleven Japan
TFR – total fertility rate
TPS – Toyota Production System
TQM – Total Quality Management
TQS – Total Quality control System
WVSA – World Values Survey Association
WWF – World Wildlife Fund

Введение

Первый вопрос, который хотелось бы поставить вначале, заключается в следующем: как изучать экономику страны – России или Узбекистана, США или Украины, Казахстана, Германии, Сингапура, Кыргызстана или Японии? Разумеется, речь идет о том, чтобы получить наиболее точное представление о предмете и не потратить на это полжизни (как пришлось сделать автору этих строк в отношении Японии). Решить такую задачу вполне возможно, если применить несколько специальных приемов. Важнейшим из них, на наш взгляд, является анализ эволюции, т. е. акцент на текущих изменениях и перспективах развития. Известно, что именно в эпоху перемен ярче всего выявляется истинный характер экономической деятельности.

Далее, большую помощь может оказать совместное рассмотрение экономики и бизнеса, макро- и микроуровня экономической деятельности, групповой и индивидуальной активности компаний, домохозяйств и государства. Привлечение нескольких экономических дисциплин позволяет глубже понять предмет и при этом сэкономить время и силы. И наконец, особенно важно сопоставление различных стран, выделение совпадающих черт и выявление имеющихся различий. Международные сравнения совершенно необходимы для применения иностранного опыта в реальной жизни. Комбинация этих приемов (базирование на различных дисциплинах) позволяет создать методику исследования национальной модели экономики и бизнеса, которая имеет универсальный характер и применима к любой стране мира.

Второй вопрос, который неизбежно должен у нас возникнуть, звучит так: чем интересна экономика Японии? На него даются самые разные ответы. По-видимому, их можно подразделить на три группы, признав, что Япония привлекает всеобщее внимание как страна с переходной экономикой, как неисчерпаемый источник опыта и как важный деловой партнер.

Прежде всего подчеркнем, что выражение «страна с переходной экономикой» применимо не только к бывшим социалистическим государствам, но и к Японии тоже. Однако содержание переходных процессов в японской экономике существенно отличается от того, что происходит в постсоциалистических странах. Япония осуществляет переход: 1) от «естественного» к «искусственному» экономическому росту; 2) от «направляемой» к либеральной рыночной экономике; 3) от национальной к глобальной организации экономической жизни. Многие явления, наблюдаемые в Японии, происходят впервые в мире и достигают еще неизвестных науке масштабов. Неудивительно, что зачастую стране приходится играть роль первопроходца и на ощупь искать верный путь. Падающие цены, государственный долг, стареющее население известны многим странам, но именно в Японии принимают наиболее угрожающие формы. Все это диктует необходимость глубоких реформ, которые начались четверть века назад, продолжают по сей день и на глазах меняют всю социальную систему страны.

В самом начале упомянутого перехода Япония столкнулась с серьезным замедлением темпов экономического роста. Сначала 1990-е, затем 2000-е, а вот уже и 2010-е годы стали называть «потерянными десятилетиями». Однако, несмотря на это, стране удалось сохранить социальную стабильность, а также обеспечить если не растущий, то достаточно высокий уровень жизни. Устойчивость национальной валюты, осуществление крупнейших инфраструктурных проектов, низкая безработица, высокая продолжительность жизни ярко показывают, что Япония намного лучше других стран справляется с последствиями переходных явлений. По мнению ряда зарубежных специалистов, Японии удалось войти в состояние «комфортабельной депрессии» и предотвратить резкие колебания экономической конъюнктуры и жизненного уровня. Наряду с этим встречаются и однозначно негативные мнения об экономической ситуации в Японии. Мировое общественное мнение (если таковое существует) расколото в отношении состояния и перспектив экономики страны. Полярные оценки, распространенные в зару-

бежных экономических и политических кругах, еще более усиливают интерес к положению дел в современной Японии.

В ходе многолетней истории Япония накопила уникальный опыт, который может заинтересовать буквально всех: активных государственных деятелей и домохозяек, экономистов-теоретиков и бизнесменов-практиков.

Начнем с того, что Япония – это единственная азиатская страна, вступившая в постиндустриальную эру и занявшая место среди наиболее развитых мировых держав. Причем понятие «Азия» в данном случае обозначает не географическое, а социально-культурное явление, охватывающее религию, историю, человеческие отношения, сложившиеся в обществе институты. Превалярующая в Японии система ценностей основана не на православии, протестантизме или исламе, а на конфуцианской этике. Развитие рыночной экономики и представительной демократии долгое время запаздывало, индустриализация началась позднее и протекала в несколько иных формах по сравнению с США и Западной Европой. И всё же во второй половине XX в. Япония первой из азиатских стран вошла в «клуб развитых государств», достигла высокого уровня жизни, создала современное общество на основе развитой демократии и рыночной экономики, а также начала переход к постиндустриальному типу воспроизводства.

При этом в стране удалось не только сохранить традиционную культуру мастеров своего дела, но и развить на ее основе уникальные системы организации производства. Японские компании и товары *Made in Japan* появились во всех уголках света и стали синонимом эффективного управления и научного менеджмента, высокого качества и передовых технологий. Вопросы о том, каким образом удалось это сделать, какие меры для этого необходимы, возможно ли применение японского опыта в другое время и в других условиях, уже несколько десятков лет сохраняют актуальность для многих развивающихся и переходных стран.

С позиций наиболее распространенных экономических теорий (*mainstream economics*) Япония представляет собой очень непростой объект для анализа. В частности, государство в Японии не столько жестко управляет, сколько мягко регулирует экономику, компании не только конкурируют, но и активно координируют свою деятельность, а потребители зачастую предпочитают сбережение потреблению. Следовательно, поведение всех трех основных субъектов экономической деятельности имеет ярко выраженные особенности. Это привлекает к Японии внимание как теоретиков экономической науки, так и практиков-бизнесменов. Повидимому, именно знакомство с такой уникальной страной позволяет получить максимум идей для применения в самых разнообразных областях экономики и бизнеса.

И наконец, Япония – это важный деловой партнер для любого из государств бывшего СССР. С точки зрения России и Казахстана, наибольшее значение имеют двусторонние торговые связи и прямые инвестиции Японии. Причем не только в добычу природных ресурсов, но и в обрабатывающий сектор: производство автомобилей, энергетического оборудования, строительных материалов, бытовой электроники. Для Украины, Узбекистана и Кыргызстана важное значение имеет японская официальная помощь развитию, направленная на создание современной инфраструктуры, подготовку кадров, распространение передового опыта. Взять хотя бы деятельность японских центров, которые существуют во многих постсоветских странах. Работа таких центров организована с японской тщательностью и направлена не столько на пропаганду культуры и достижений Японии, сколько на повышение уровня занимающихся там стажеров и инвестиции в их «человеческий капитал», играющий ключевую роль в развитии любого человека и любой страны.

К сказанному выше хотелось бы добавить одно важное замечание. Большинство публикаций по экономике Японии носит либо конкретнострановедческий, либо абстрактно-теоретический характер. Автору этих строк хотелось бы уйти от крайностей и описать экономику страны изнутри, но не глазами исследователя-япониста, а с точки зрения преподавателя-практика и постоянного жителя Японии.

Итак, мы приступаем к разговору о национальной системе экономики и бизнеса на примере Японии. В центре нашего внимания лежит эволюция и переходный характер экономики страны, в изложении широко применяются международные сравнения и анализ японских особенностей, а цель работы состоит в изучении накопленного опыта и поиске новых идей. Всё это позволяет лучше понять Японию как делового партнера и способствует расширению взаимовыгодных деловых и гуманитарных отношений между нашими странами.

Глава 1

Национальная модель экономики и бизнеса: культурные основы

1.1. Что такое национальная модель: кубик Рубика

Приступая к изучению любого сложного предмета, необходимо определить, над чем, как и с какой целью мы будем работать. На первый взгляд, ответить на эти вопросы достаточно просто: тема нашей книги – экономика и бизнес Японии, способ изложения – сравнение с другими странами и описание японских особенностей, цель – получение знаний для применения в реальной жизни. Однако при ближайшем рассмотрении оказывается, что изучение экономики и бизнеса относится к разным отраслям экономической науки, сравнение общих черт и описание частных особенностей базируются на различных методиках, а применение иностранного опыта требует знания ситуации и от поставщика, и от получателя информации. Поэтому рано или поздно приходится искать прочную теоретическую основу и точно определять предмет, метод и задачи исследования.

В принципе, для описания предмета нашего рассмотрения вполне подходит понятие «экономическая система» (*economic system*). Точного определения этой категории не существует, но для практических целей ее можно рассматривать как совокупность общественных отношений, связанных с экономической деятельностью. Изучение экономических систем началось на заре современной экономической науки и на первых порах ограничивалось анализом и критикой капитализма. Работы таких великих экономистов, как А. Смит (A. Smith), Д. Рикардо (D. Ricardo), Дж. Ст. Милль (J. St. Mill) и К. Маркс (K. Marx), относятся именно к этой сфере. Исследования экономических систем в XX столетии были направлены на противопоставление капитализма и социализма (Я. Корнай (J. Kornai)), их сравнительную оценку (Ф. Хайек (F. Hayek)), соединение их преимуществ (О. Ланге (O. Lange)), конвергенцию и оптимизацию (Я. Тинберген (J. Tinbergen)) и т. д.

Развитие науки отражало прогресс реальной экономики, и во второй половине XX в. капитализм оказался разделенным на «конкурентный», «регулируемый» и «социальный» (*welfare*), а в описаниях социализма появились такие варианты, как «командный», «рыночный», «либеральный» и др. В подобной системе координат Япония характеризовалась как пример «направляемой рыночной экономики» (*guided market economy*) и рассматривалась чаще всего совместно с Францией или Германией [Angresano, 1995].

С конца 1980-х годов сравнение систем утратило смысл и данная область экономической науки попала в состояние депрессии и даже кризиса. В течение 1990-2000-х годов значительная часть системных исследований была сведена к анализу переходного периода от социализма к капитализму (*economics of transition*), а после его завершения в ряде стран начала расти популярность теорий, связанных с экономикой развития (*development economics*). В центре внимания оказались вопросы системной эволюции: вариации капитализма [Varieties of capitalism; Hall, Soskide, 2001] и причины появления различий среди стран с высоким уровнем доходов [Jackson, Deeg, 2006], важность институциональных, культурных и социальных условий для устойчивого развития [Gardner, 1998], а также факторы и особенности поведения участников экономической деятельности [Cohen, 2009]. В частности, поведенческий подход к исследованию Японии позволял поместить ее в группу развитых стран, на ступень между США и европейскими государствами [Cohen, 2009, p. 49–51].

В нашем дальнейшем обсуждении мы намереваемся учесть оба указанные выше научные направления, т. е. соединить анализ экономических систем и экономики развития, а затем сосредоточиться конкретно на Японии. Это значительно усложняет предмет нашего рассмотрения. Действительно, «экономическая система» предполагает как минимум анализ макро-, микро- и международной экономики. «Экономика развития» среди прочего изучает факторы поведения участников экономической деятельности, а «японские исследования» невозможны без понимания истории, культуры и общественной организации данной страны.

С учетом этого мы хотим предложить для облегчения нашей задачи наиболее широкое понятие, которое объединяет все перечисленные выше элементы. Это понятие – национальная модель экономики и бизнеса, т. е. экономическая деятельность компаний, домохозяйств и государства, осуществляемая на макро-, микро- и международном уровне и существующая в конкретном историческом, географическом и культурном контексте. Разумеется, это открытое и гибкое определение, поскольку на каждой грани модели несложно добавить (или убрать) некоторые элементы в зависимости от целей анализа. Так, например, можно в состав участников включить потребительские организации, от географического обзора отказаться вообще, а макро- микро- и международный подход оставить без изменений и т. п.

Экономическая деятельность понимается максимально широко – как любая активность, связанная с обеспечением условий для физического существования человека. А бизнес – это частный вид данной активности, направленный на получение прибыли. Строго говоря, экономическая деятельность включает в себя бизнес (а также еще и социальное обеспечение, бесплатное предоставление общественных услуг, семейное распределение доходов и многое другое). Однако в дальнейшем изложении бизнес-активность занимает настолько важное место, что мы специально выделяем ее в нашем определении.

Изучение организации бизнеса в экономической теории связано с понятием деловых систем (*business systems*), т. е. методов построения, контроля и направления деятельности компаний, которые приняты в доминирующих формах бизнес-организаций в обществах различного типа [Whitley, 1999]. Различия деловых систем основаны на несхожести характера связей фирм разных стран с финансовыми организациями, поставщиками и клиентами, работниками и конкурентами. Структура деловой системы Японии подробно рассмотрена в главе 4 настоящего издания. Совместный анализ экономических и деловых систем (*integrative approach*) также достаточно распространен в специальной литературе и включает рассмотрение организационного, конкурентного, технического и других «пространств» (*spaces*), где разворачивается экономическая деятельность [Sorge, Noorderhaven, Koen, 2015, p. 7–8]. Наше определение национальной модели экономики и бизнеса представляет собой разновидность такого совместного анализа.

В упрощенном виде национальную модель можно представить как фигуру с тремя гранями, обозначающими участников деятельности, уровни ее осуществления и «срезы» существования экономики и бизнеса (рис. 1.1).

Подвижность граней позволяет сравнить модель с кубиком Рубика, одну сторону которого собрать легко, две – сложнее, а для дальнейшей сборки требуется либо талант, либо специальные знания. Собственно говоря, эти знания мы и хотим передать слушателям в ходе нашего изложения.

Нетрудно заметить, что приведенное выше определение описывает, в сущности, один из вариантов экономической системы. Однако понятие «национальная модель» подчеркивает рассмотрение конкретного государства, допускает любую комбинацию элементов анализа, а также облегчает понимание исторической, культурной и пространственной эволюции. Поэтому, на наш взгляд, категория «национальная модель» лучше подходит для достижения наших целей. Более того, она вполне применима для изучения не только Японии, но и любой другой страны.



Рисунок 1.1

Национальная модель экономики и бизнеса

В марксистском обществоведении широко используется понятие общественно-экономической формации, т. е. совокупности производительных сил, производственных отношений и идеологической надстройки. Однако категория формации имеет слишком жесткую иерархию (собственность на средства производства считается главным производственным отношением), сглаживает национальные особенности (исследование вариантов формаций ограничено идеологическими стереотипами) и с трудом объясняет реальную историю (распад социалистической системы в XX в.). Поэтому для наших целей понятие формации не подходит, хотя оно хорошо знакомо многим русскоязычным читателям.

Исследование национальной модели можно вести с применением самых разнообразных методов: количественных и качественных, описательных и аналитических, конкретных и абстрактных. Несмотря на многообразие доступных инструментов, мы бы хотели обратить внимание на еще один научный прием, который широко используется, в частности, в современной культурологии. Речь идет о разделении двух подходов: этического (т. е. сравнительного, широкого, основанного на выделении общих культурных элементов) и эмического (т. е. индивидуального, узкого, связанного с описанием уникальных этнографических черт). В нашем изложении будут применяться оба этих подхода, однако преимущественно первый из них – этический. Это обусловлено задачами нашего исследования, которые включают обобщение опыта Японии, имеющего универсальный характер и применимого в любой стране. Так, хотя «японское экономическое чудо» (быстрый экономический рост в 1950-1960-х годах) разворачивалось в уникальных международных условиях, которые, скорее всего, уже никогда не повторятся, правительству Японии посчастливилось найти удачную комбинацию мер стимулирования роста, примененную затем во многих частях Восточной Азии. Поэтому, например, в разделе 3.2 («Япония среди стран Азии: зарождение восточноазиатской экономической модели») после краткого описания специфических местных особенностей основное внимание будет уделено универсальным элементам экономической политики, которые до сих пор сохраняют свое значение для развивающихся государств.

Итак, мы определили предмет, метод и задачи исследования; осталось упомянуть о порядке изложения. Первая глава книги включает данный теоретический обзор, за ним следует характеристика социального и культурного фона экономической и предпринимательской деятельности в Японии. Вторая глава посвящена истории экономического развития и эволюции общественных институтов. В третьей главе исследуется активность государства на макроуровне, в четвертой и пятой – деятельность предприятий и домохозяйств на микроуровне, а в восьмой – активность всех участников на международном уровне. Шестая глава посвящена региональной экономике (или анализу мезоуровня на примере конкретного региона), седьмая

содержит описание деятельности компаний на внутреннем рынке (case studies). В Заключении приведены выводы о возможностях и границах применения японского опыта в переходных и развивающихся странах. Всё это, по нашему мнению, создает целостную картину национальной модели экономики и бизнеса Японии.

1.2. Своеобразие японского общества: от географии до конституции

Обсуждение особенностей экономики современной Японии необходимо начать с краткой характеристики японского общества. Разумеется, данная тема чрезвычайно широка, поэтому постараемся остановиться лишь на тех ее аспектах, которые прямо или косвенно связаны с экономическим развитием.

Своеобразие социальных отношений в Японии можно проиллюстрировать с помощью трех следующих тезисов. Во-первых, Япония представляет собой страну, сумевшую создать полностью самобытную и самостоятельную материальную и духовную культуру, несмотря на чрезвычайно обширные связи с Китаем. Во-вторых, островное положение Японии, а также ее расположение вдали от основных путей исторического общения народов привело к тому, что в политике государства в течение ряда лет наблюдалась склонность к изоляционизму. Наряду с этим в стране выработалась способность масштабного и систематического заимствования зарубежного опыта. В-третьих, для Японии характерна традиционная иерархическая социальная организация. Тем не менее во второй половине XX в. страна восприняла идеи, свойственные обществам иного типа, и сумела построить развитую демократию и систему народного самоуправления. Именно поэтому Япония получила характеристику единственной восточной цивилизации, которая сумела осуществить модернизацию, но при этом не стала западным обществом [Huntington, 1993].

Попытаемся развернуть приведенные тезисы на материалах, отражающих географическое положение и природные условия, особенности японской нации и основные этапы исторической эволюции Японии, черты современной организации ее общества и некоторые тенденции его развития.

1.2.1. Географическое положение и природные условия

Территория Японии составляет 390,7 тыс. кв. км, население – 127,1 млн чел., что дает плотность населения, равную 343 чел./кв. км (2014). По площади Япония несколько меньше Франции, но ощутимо больше Германии. Уже одно это указывает на то, что страна совсем не маленькая, как часто принято говорить.

Островное положение Японии иллюстрируют следующие цифры: в состав японского архипелага входят 4 главных и более 6800 мелких островов, протяженность береговой линии превышает 28 тыс. км. Исторически основные потоки переселения народов и центры мировой цивилизации находились вдали от Японии. Японские острова представляли собой фактически тупик на пути движения с запада на восток. С одной стороны, это приводило к недостатку международных обменов и формировало чувство изолированности. Разумеется, «изолированность» была относительной, поскольку в рамках китайского культурного ареала, к которому Япония традиционно принадлежала, культурное общение, как правило, носило регулярный и интенсивный характер. С другой стороны, островное расположение означало защищенность от вторжения извне и создавало уникальную возможность мирного самостоятельного развития нации, чего были в большинстве своем лишены многие европейские и азиатские народы.

Перечислим основные характеристики природных условий Японии. По-видимому, главной их чертой можно считать разнообразие, которое совсем не типично для «маленьких» государств. Горы занимают свыше 70 % территории страны. Поскольку жить в горах очень сложно, исторически сложилось, что основная часть населения сосредоточена на равнинах. Климат Японии также весьма разнообразный – от субарктического на севере до субтропического на юге страны. Однако во всех климатических поясах различия температур на протяжении дня и

в течение года не достигают слишком больших значений, что позволяет назвать климат относительно мягким. Среднегодовые температуры колеблются в пределах 10–20 градусов. Во всех регионах Японии выпадает значительное количество осадков: от 1000 до 2500 мм в год (в среднем – 1700 мм против, например, 570 мм в России). В сочетании с продолжительным вегетативным периодом и высокими летними температурами это создает благоприятные условия для развития растений, а значит, и для земледелия. В качестве иллюстрации можно отметить, что объем биомассы, приходящийся на единицу площади, в Японии достигает самого высокого значения в мире среди регионов, расположенных на той же географической широте.

Вблизи берегов Японии сталкиваются несколько разнонаправленных морских течений, прибрежные воды богаты биоресурсами. И наконец, особенностью Японии является высокая сейсмическая и вулканическая активность. В результате почти во всех регионах Японии имеются термальные источники, традиционная архитектура ориентируется на строительство легких деревянных сейсмоустойчивых конструкций, а частые цунами заставляют жителей возводить защитные сооружения или осваивать возвышенные участки. Запасы минеральных природных ресурсов в Японии сравнительно невелики. Известные месторождения серебра, золота, железа, меди, угля к концу XIX – началу XX в. оказались практически исчерпаны. В то же время японский континентальный шельф содержит большие запасы рудных полезных ископаемых, а также энергетических ресурсов в виде так называемых метангидратов (соединений горючего газа метана и воды, образующихся под влиянием высокого давления и низкой температуры, например в условиях вечной мерзлоты или на морском дне). Экспериментальная добыча метангидратов началась в октябре 2012 г.

Характеристику природных условий Японии можно продолжить, однако нас интересуют не географические особенности сами по себе, а их влияние на историческую организацию общественной жизни. В этой связи отметим, что прибрежная линия, равнины и горы традиционно формировали три типа ландшафта и вели к появлению общин трех типов: рыболовецких, земледельческих и собирательских. Все они были достаточно независимы друг от друга, что создало историческую базу для весьма сильного регионального сепаратизма и отсрочило появление централизованного государства. Общины носили оседлый характер, получали достаточный прибавочный продукт и охотно расходовали его на развитие культуры. Между общинами формировался активный обмен продукцией. В результате Япония развивалась как «самодостаточная общность» и, как говорят специалисты, фактически представляла собой «маленький материк», или «конгломерат субнаций» [Sugimoto, 2010, p. 61], не особенно страдавший от недостатка зарубежных связей.

Разумеется, столь разнообразные условия порождали существенные региональные различия: между «восточной» и «западной» Японией (деление по линии префектур Айти – Гифу – Фукуи и Миэ – Сига – Киото), между центром и периферией, городом и деревней и т. д. Эти различия проявлялись в языке, традиционной культуре, размещении местной промышленности. Экономической стороне регионального развития посвящен специальный раздел 6.1.

Мягкий климат и высокая биологическая продуктивность земель обеспечили возможность быстрого роста населения. Заливное рисоводство в Японии стало возможно потому, что в стране имеется множество небольших рек, сток которых оказалось достаточно просто регулировать ирригационными системами. Ирригация не требовала больших затрат труда, и в Японии сформировались скромные по размеру сельскохозяйственные общины, что обусловило меньшую централизованность государства по сравнению с другими странами рисовой культуры, например с Китаем или странами Ближнего Востока.

Небольшие размеры страны при высокой плотности населения на равнинах способствовали тому, что жители Японии осознанно выбирали уважение к соседям и ориентировались на мирное совместное проживание. Бурное развитие межтерриториальных и межобщинных экономических связей в какой-то мере компенсировало политический сепаратизм территорий.

Оседлость и культурная самодостаточность переключали внимание с того, что «спрятано за горизонтом», на ближнее пространство и формировали привычку оперировать небольшими величинами материалов, расстояния, времени. По-видимому, именно в этом кроются истоки таких черт японского характера, как скрупулезность, аккуратность, уважение к окружающим. Отсюда же, по всей видимости, берут начало высокое развитие внутреннего рынка, транспортной инфраструктуры и организации межрегионального сообщения, а также значительный уровень материальной и духовной культуры.

1.2.2. Нация и язык

По своим антропологическим характеристикам японцы принадлежат к азиатской монголоидной расе. Точные источники происхождения японской нации, как отмечают специалисты, пока неизвестны. Тем не менее достоверно установлено, что коренными жителями Японских островов, прежде всего их северной части, являлись айны (северный народ, соединяющий черты азиатской и европеоидной расы). Последние испытывали сильное влияние со стороны переселенцев из Юго-Восточной Азии, проникавших на Японские острова через Филиппины.

Около двух тысяч лет назад на острова японского архипелага через Корейский полуостров переселилось значительное число жителей из северо-восточных районов Китая и Монголии. Отметим, что до сих пор историческая наука не дала точного ответа на вопрос о причинах такого масштабного переселения народов. Однако именно эти три этнических типа и сформировали современную японскую нацию. Считается, что в южных районах японского архипелага исторически преобладал филиппинский антропологический тип, в центральных – корейский и китайский, а в северных областях во внешности коренного населения можно было проследить влияние особенностей, характерных для айнских народностей (высокий рост, сравнительно светлая кожа, развитый волосяной покров на лице и т. п.).

Перечислим основные этапы формирования японской нации. Период Дзёмон, или период первобытного земледелия, продолжался более 4 тысяч лет, вплоть до III в. до н. э., и получил свое название по веревочным узорам, которыми украшалась глиняная посуда. Период Яёй охватывал примерно 600 лет – с III в. до н. э., до III в. н. э. (Яёй – это название населенного пункта в районе Токио, где обнаружены первые археологические свидетельства появления новой культуры). Главным историческим процессом периода Яёй считается начало массового переселения в Японию выходцев с континента. Путь переселенцев пролегал преимущественно через Корею. Переселенцы принесли на Японские острова рисовую культуру и положили начало орошаемому земледелию. Такой выдающийся технологический рывок дал толчок к развитию разнообразных форм культурной деятельности и началу нового этапа исторического развития. С III в. началось формирование зачаточных политических институтов, которые получили название государства Ямато. Именно в этот период на протяжении примерно 400 лет (с III по VII в.) происходило постепенное формирование национальной общности японцев. Одной из главных специфических черт данного процесса следует считать систематическое заимствование и внедрение элементов китайской культуры, которое началось с письменности и религиозных ритуалов (V–VI вв.). Сфера заимствований постепенно расширялась и к VII–VIII вв. охватывала уже элементы политического и экономического устройства, все возможные для копирования навыки сельскохозяйственного производства, строительства, планирования городского пространства, образования, медицины, естественных наук и т. д. Фактически в Японии была предпринята попытка создать уменьшенную копию великой китайской империи (VII–VIII вв. н. э.).

Долгое время письменность выступала как основной канал получения информации религиозного и социального характера. На этой основе исторически сложилось уважение к написанному слову, высокий престиж образования. При этом заимствования из Китая не уничтожали,

а дополняли оригинальный японский опыт и знания. В результате на базе китайской письменности была создана своя собственная, «импортированный» буддизм причудливо соединился с синтоизмом (местной религией), а конфуцианские принципы государственного устройства оказались модифицированы в виде собственного кодекса законов, изданного принцем Сётоку (предположительно 574–622 гг.). В итоге, несмотря на явную культурную зависимость от намного более крупной и развитой страны, в Японии сформировалась полностью самостоятельная и во многом уникальная культура. Способность усваивать иностранные новинки и на их базе формировать нечто самобытное присуща многим народам. Однако японская культура, язык и система ценностей весьма далеко отстоят от китайского «оригинала», и это выделяет Японию из длинного списка народов, осуществлявших масштабные культурные заимствования, а также накладывает отпечаток на всю последующую историю страны. Традиционная роль Японии как страны-получателя в процессе культурного обмена, добровольное восприятие зарубежного культурного влияния делают ее уникальным объектом для исследования разнообразных культурных влияний.

Японский язык, по мнению филологов, имеет свою собственную уникальную структуру и даже формирует самостоятельную «языковую семью». Грамматика японского языка сходна с корейской и в меньшей степени – с китайской и монгольской. Письменность была заимствована из Китая, но трудности в изучении огромного числа иероглифов привели к формированию собственной слоговой фонетической азбуки *хирагана*, состоящей из 47 основных знаков и 104 сочетаний. Однако фонетически японский язык очень беден, т. е. в нем сравнительно мало звуков (не более половины из тех, что существуют в русском языке). Например, в нем практически нет закрытых слогов, оканчивающихся на согласный звук. Звуки «р» и «л» полностью слиты, «б» и «в», «с» и «ш», «ф» и «х», «т» и «ц» слиты частично, и японцы могут их путать, когда говорят на иностранных языках. Фонетическая бедность привела к тому, что совершенно разные понятия приходилось обозначать словами с одинаковым звучанием. Китайские иероглифы неплохо подходили для этой цели, а вот собственная японская слоговая азбука оказалась не способна точно отобразить сложные понятия.

Первые опыты создания литературных произведений с помощью *хираганы* стали значительным культурным событием, но не получили серьезного продолжения. Развитие письменности, как и многих других сфер социальной жизни, пошло путем конвергенции китайского «оригинала» (иероглифов) с японской *хираганой*. Позднее появилась еще и азбука *ка-такана* – дополнительный вид собственного слогового алфавита, применявшийся для записи различных произношений иероглифов или заимствованных иностранных слов. В результате, по выражению некоторых американских специалистов, появилась наиболее трудная и наименее эффективная в мире письменность, созданная на базе китайских иероглифов и двух видов самостоятельно разработанного фонетического слогового алфавита. Иероглифы несут основную смысловую нагрузку, *хираганой* записываются грамматические конструкции (окончания, суффиксы, предлоги и т. п.), а *катакана* используется для записи иностранных заимствований и смыслового выделения.

Разумеется, приведенные выше слова о «неэффективности» письменной системы нужно воспринимать критически. Тем не менее простая иллюстрация – ввод японского текста с компьютерной клавиатуры – хорошо показывает, что это означает на практике. Подавляющее большинство японцев предпочитает набирать текст со стандартной для англоязычных стран клавиатуры QWERTY. По определенным правилам на клавиатуре набирается латинская транскрипция японских слогов, и на экране автоматически отображается *хирагана*. Нажатие специальной клавиши выводит на экран в виде всплывающего меню список иероглифов, имеющих набранное произношение. Список может состоять из нескольких десятков иероглифов (чем проще набранная фонетическая комбинация, тем длиннее список). Наиболее часто употребляемые иероглифы расположены вверху, остается только выбрать нужный знак и указать

на него компьютеру. В итоге вместо прямого ввода текста приходится выполнять достаточно сложную трехступенчатую процедуру. С учетом этого просто удивительно, что по скорости набора хорошо знакомые с компьютером японцы практически не отстают от людей, работающих с латиницей и кириллицей.

Пример с компьютером в какой-то степени иллюстрирует сложность овладения японским языком. Иероглифика, произношение, грамматика, а самое главное – непривычный способ выражения мыслей препятствуют тому, чтобы овладеть японским тем же путем, что, скажем, английским или испанским, т. е. выучив буквы, необходимые слова и элементарные грамматические конструкции. В данном случае потребуются годы систематического труда, чтобы запомнить кроме *хираганы* и *катаканы* примерно 1000 наиболее часто используемых в газетах иероглифов (список самых употребляемых из программы средней школы включает 1945 знаков), создать минимально необходимый запас слов, а также выучить максимально распространенные фразы и выражения, которые японцы применяют в повседневном или деловом общении. Это уже совсем не простая задача. Но за ней обязательно последует необходимость изучить различия письменного слога и устной речи, повседневного жаргона и вежливых форм, нюансы языка в зависимости от социального положения говорящего и того, к кому обращена устная и письменная речь, и т. д. Недаром многие иностранцы считают сложность языка одной из основных причин, по которой так трудно быть полностью принятым и интегрироваться в японское общество.

Отметим еще одну важную черту языка и социальных отношений Японии. Речь идет о существовании лицевой (официальной, правильной, общепризнанной) и оборотной (скрытой, серой, групповой) стороны у многих общественных явлений. Двойное дно человеческих отношений отражено в языке, где существуют несколько пар слов, среди которых наибольшее значение имеют «*татэмаэ* – *хоннэ*», «*омотэ* – *ура*» и «*сото* – *ути*».

«*Татэмаэ*» означает формально установленный принцип, не всегда соблюдаемый заинтересованными сторонами. «*Хоннэ*» указывает на действительные желания и намерения, которые невозможно прямо выразить, поскольку существует *татэмаэ*. Так, например, работник может выражать свою преданность компании, поскольку этого требует *татэмаэ*, хотя его подлинные намерения (*хоннэ*), вполне возможно, заключаются в продвижении по карьерной лестнице. Следующая пара слов – «*омотэ*» (лицевая сторона) и «*ура*» (изнанка) – имеет близкое значение, хотя *ура* зачастую подразумевает неправильную, темную, скрываемую или даже нелегальную сторону отношений (неофициальные денежные «вознаграждения» и т. п.). Третья пара – «*сото*» (внешний, чужой) и «*ути*» (внутренний, свой) – отражает принадлежность к определенной группе, организации, компании. Содержание и форма отношений серьезно различаются в зависимости от того, где и с кем происходит общение (*ути* – в компании с работниками – или *сото* – за ее пределами с посторонними людьми).

Разумеется, подобные различия существуют и в других языках и культурах. Однако в Японии они наиболее глубоко вплетены в ткань социальных отношений. Специалисты отмечают, что любое исследование японского общества является неполным, если берется во внимание лишь внешняя сторона дела (*татэмаэ*, *омотэ*, *сото*). Правильное представление дает дополнительный анализ *хоннэ*, *ура* и *ути*, как реальных движущих сил [Sugimoto, 2010, p. 32–35].

1.2.3. Религия и национальный характер

Религия представляет собой очень сложный и деликатный предмет, без которого, однако, невозможно обойтись в разговоре об особенностях нации и национального характера. Действительно, религия составляет важнейшую часть национальной культуры и во многом определяет систему ценностей и поведение людей. Религиозные воззрения японцев весьма разнообразны.

Синтоизм – традиционная местная религия – основан на принципах пантеизма, предполагающего наличие божественного начала у всего сущего, и многобожия. Примерно с V в. в Японию из Китая началось проникновение буддизма и конфуцианства. На их основе сложилась вера в «озарение» (например, путем медитации), а также в постоянные перерождения. Это стало основой для иного отношения к смерти, непривычного для последователей христианства или ислама. Конфуцианство привнесло в Японию беспрекословное уважение к тем, кто стоит на более высоких ступенях социальной лестницы, а также к государственным институтам и правительственным чиновникам. Хотя буддизм основан на принципе монотеизма, но в комбинации с традиционным синтоизмом Будда не вытеснил древних богов, а просто стал членом чрезвычайно обширного синтоистского пантеона. Начиная с XVI в. некоторое распространение получило христианство. Однако оно принесло с собою слишком много непривычных для японцев моральных запретов. Кроме того, христианская идея равенства всех перед Богом, независимо от происхождения и сословной принадлежности, показалась опасной представителям правящих кругов. В результате исповедание и проповедование христианства были подавлены по политическим причинам вплоть до открытия страны после реставрации (революции) Мэйдзи.

Принципы многобожия, заложенные в синтоизме, сделали японцев чрезвычайно терпимыми в религиозном отношении людьми. На практике это проявляется прежде всего в широкой открытости всем религиям. По данным опросов известно, что число людей, считающих себя верующими, почти в два раза превышает население страны, поскольку считается нормальным указывать одновременно 2–3 религии в качестве вероисповедания. Это ведет к отсутствию религиозного фанатизма. В результате в истории Японии не было примеров крупных религиозных войн, и даже случаи преследования по религиозным мотивам встречались достаточно редко. По-видимому, в современной Японии между основными присутствующими религиями сложилось что-то вроде «разделения труда», когда обряды в связи с рождением ребенка совершаются в синтоистских храмах, бракосочетание включает элементы синтоистского и христианского ритуала (зачастую с чисто внешней стороны), а смерть человека сопровождают ритуалы буддистских священников.

Всё это позволяет назвать культуру Японии особой частью китайского культурного ареала. Кроме самого континентального Китая в него входят также корейские государства, Тайвань, Вьетнам и некоторые прилегающие территории Индокитайского полуострова. Эти страны и регионы объединяют иероглифическая письменность, восточная (терпимая к человеческим слабостям) ветвь буддизма, конфуцианская этика и принципы государственного устройства, тесные связи с Китаем, а также попытки изоляционизма при столкновении с западной цивилизацией.

В таких историко-географических декорациях сформировался национальный характер японцев. Перечислим его основные черты: стремление к единению с природой путем ее преобразования; кастовая организация общества и сильное чувство принадлежности к той или иной социальной страте; преимущественно групповое поведение; стремление принять решение, приемлемое для всех (на основе консенсуса); развитое чувство долга и благодарности; возведенное в культ почитание предков; эмоциональная сдержанность; трудолюбие, основанное на буддистской концепции ценности труда как такового, а не его результата; положительное отношение к заимствованию иностранного опыта; уникальное чувство национальной принадлежности и связанные с этим трудности в общении с «внешним миром» и многое другое. Черты характера можно расположить по частоте и распространенности. Согласно социологическим опросам в конце 2000-х годов сами японцы так характеризовали свои национальные особенности: 67 % указывали старательность и прилежание, 60 % – вежливость, 52 % – заботливость, 49 % – настойчивость, 20 % – идеализм, 17 % – рационализм, 15 % – чувство свободы, 15 % – легкое отношение к жизни, 10 % – веселый нрав, 9 % – творческие начала [Sugimoto,

2010, р. 15]. С нашей точки зрения, именно эти социально-психологические черты формируют национальный образ японцев и в значительной степени определяют особенности их поведения.

1.2.4. Ветви власти и организация общества

Организация общества в Японии, так же как и в любой другой развитой стране, строится на принципе разделения и самостоятельности отдельных ветвей власти: законодательной, исполнительной и судебной. С учетом высокой роли в современном мире средств массовой информации (СМИ) их часто называют четвертой ветвью. В пространственной организации общественной жизни исключительная роль принадлежит административной системе и территориальному делению. Перечислим основные особенности этих сторон японского общества.

Главной чертой формирования законодательной ветви власти является быстрая демократизация страны, т. е. переход от военной «полудиктатуры» 1930-1940-х годов к системе представительной демократии. После 1945 г. и поражения в войне на 7 лет Япония утратила национальный суверенитет и попала под управление оккупационных сил. Командованием американских войск была подготовлена уникальная Конституция 1947 г., получившая всемирную известность положениями о законодательном запрещении ведения войн, а также о статусе императора как «символа единства нации». В 1952 г., после вступления в силу Сан-Францисского мирного договора и японо-американского договора о безопасности, оккупация была завершена и вся полнота власти перешла к избранному парламенту.

В политической сфере Японии сформировался баланс сил, основанный на лидирующей роли либерально-демократической партии (ЛДП), подчиненном положении других политических сил («полуторапартийная система») и союзе с США как главном приоритете внешней политики. Возникшая политическая конфигурация получила название «системы 1955 г.», которая с некоторыми модификациями сохраняется до сих пор. Отличительными чертами политической системы является сложная процедура выборов, которая включает в себе известный консерватизм. Поэтому, например, треть парламентариев Японии – это депутаты во втором-третьем поколении. В течение длительного времени данная система обеспечивала (за исключением периодов 1993–1994 и 2006–2012 гг.) достаточную политическую и законодательную стабильность.

На протяжении послевоенных лет ведущая роль ЛДП подвергалась сомнению лишь дважды: в 1993–1994 и 2009–2012 гг. Однако в ходе выборов 2012–2013 и 2015–2016 гг. ЛДП получила большинство в обеих палатах парламента. Ею вместе с союзной партией Комэйто (партия чистой политики) было сформировано квалифицированное большинство. Парламент и формирование кабинета министров вновь вернулись под контроль ЛДП.

Исполнительная власть в Японии формируется не прямыми выборами, а косвенным путем. Кандидатуру премьер-министра определяет партия, получившая большинство в ходе выборов в нижнюю палату парламента. Назначение государственных министров производит премьер-министр, как правило, из числа депутатов парламента. Правительство несет перед парламентом коллективную ответственность и при смене премьер-министра целиком уходит в отставку. В периоды политической нестабильности происходит частая смена кабинетов.

Преимуществом в системе государственного управления обеспечивается важной ролью класса государственной бюрократии в управлении страной. Если министр является политической и постоянно сменяемой фигурой, то должности его заместителей стабильно занимают государственные чиновники, поднявшиеся по многочисленным ступеням карьерной лестницы. На протяжении столетий в Японии по китайским и корейским образцам сложились процедуры формирования класса государственных чиновников. Отбор их традиционно проводился на основе сложнейших экзаменов. Действовала разветвленная система повышения квалификации и селекции кадров. В результате появился компетентный и добросовестный корпус госу-

дарственных служащих. Существует мнение, что именно этот класс сыграл важнейшую роль в модернизации послевоенной Японии. В настоящее время его представители занимают лидирующие позиции в системе социальных отношений страны. В частности, государство регулирует примерно треть всей экономической активности Японии. Среди механизмов подобного контроля выделяется *гёсэй сидо*, т. е. распространенная в ряде отраслей практика административных консультаций, советов, рекомендаций в адрес деловых ассоциаций и отдельных компаний. Кроме того, существует практика *амакудари*, когда по завершении карьеры чиновники переходят на высокооплачиваемые места в частных компаниях из регулируемых ими секторов. Всё это позволяет говорить о доминировании государственной бюрократии над частным бизнесом в Японии [Sugimoto, 2010, p. 221–226].

Судебная и правоохранительная системы Японии основаны на принципе «письменного» права (в отличие от «прецедентного» права ряда англосаксонских стран). Тем не менее на их формирование и эволюцию большое влияние оказывает развитие правовых систем как Германии, так и Великобритании и США. В последние годы принимается ряд мер по реформированию судебной системы путем введения некоторых американских институтов, например присжных заседателей для рассмотрения сложных уголовных дел.

Следует отметить несколько особенностей японской юридической системы. Во-первых, японские законы регулируют чрезвычайно широкий круг явлений общественной жизни (например, правила дорожного движения являются законом, а не административным актом, как в большинстве стран). Во-вторых, целый ряд законов допускает множество толкований и не содержит конкретных формулировок (например, закон об иммиграции не дает точного определения случаев предоставления политического убежища и относит решение на усмотрение службы иммиграционного контроля). В-третьих, многие требования законов не предусматривают наказания за неисполнение (например, положение об обязательном применении детских сидений в автомобилях). В-четвертых, законы ориентированы не столько на соблюдение интересов конкретных лиц, сколько на урегулирование отношений с общественными группами, каждая из которых живет по своим традиционным правилам (например, регулируются не столько отношения внутри семьи, сколько между семьями). В-пятых, в Японии распространен обычай внесудебного или досудебного урегулирования конфликтов по договоренности сторон. Количество судов и практикующих юристов в расчете на душу населения намного ниже, чем в большинстве развитых стран. В итоге, если дело доходит до суда, судебная процедура по отношению простому гражданскому иску может длиться годами. И всё же это не становится причиной коррупции, роста преступности или ухудшения социального климата. По-видимому, в стране существует определенный баланс между законопослушностью населения, строгостью законов и качеством работы правоохранительных органов.

Средства массовой информации (СМИ) вполне справедливо называют «четвертой ветвью» власти современного демократического общества. Японские СМИ отличаются высокой степенью централизации (несколько гигантских медийных конгломератов, крупнейшие в мире тиражи ежедневных газет), структуризации (разделение СМИ по видам – печатные, телевизионные, сетевые) и специализации (по освещаемым вопросам и типам аудитории). В области организации менеджмента и корпоративной культуры компании СМИ напоминают фирмы других секторов японской экономики. Государство напрямую присутствует в теле- радиовещании через специальную общественную корпорацию *ННК*. На деятельность СМИ и характер подачи материалов большое внимание оказывает соблюдение авторских прав и законов об охране государственной и личной информации. Особенностью Японии является тесная связь СМИ с системой государственной власти, что проявляется, например, в существовании так называемых пресс-клубов. Членство в них ограничено и используется правительством для селекции СМИ и журналистов, имеющих доступ к государственным информационным источникам.

1.2.5. Конституция и попытки ее изменения

Действующая конституция Японии была подготовлена в 1946 г. в администрации оккупационных сил, одобрена парламентом и введена в действие 3 мая 1947 года. С тех пор в этот документ не было внесено ни одной поправки. В 9-й статье основного закона содержится запрет на создание вооруженных сил и использование военной силы для разрешения международных конфликтов. Подобные положения были включены в основной закон страны впервые в мировой истории. Это принесло «мирной» конституции Японии широкую известность, наложило серьезный отпечаток на международные отношения в Азиатско-Тихоокеанском регионе и значительно повлияло на общественный климат внутри страны.

В последние годы активизировались попытки влиятельных политических сил изменить 9-ю статью конституции Японии. Критика этой части основного закона началась практически со времен ее принятия. В частности, говорилось, что существование «мирной» статьи является свидетельством усеченного суверенитета страны, а также препятствием для выполнения международных обязанностей «по поддержанию мира». Оставим в стороне вопрос о том, насколько верны эти утверждения и обратим внимание на фактическое состояние процесса по изменению конституции. Требование конституционной реформы впервые было выдвинуто правящей либерально-демократической партией еще в 1955 г., в год основания партии. Однако в практическую плоскость вопрос перешел только несколько десятилетий спустя. В 2012–2013 гг. конституционная реформа была использована в качестве элемента предвыборной платформы ЛДП, а обсуждение конституционных поправок и ревизии «мирной» 9-й статьи стало предметом широких дебатов. Внесение поправок в конституцию требует объявления национального референдума квалифицированным большинством депутатов (более чем двумя третями голосов) в обеих палатах парламента. ЛДП долгое время не имела таких сильных политических позиций и поэтому в 2014–2015 гг. сосредоточилась на изменении не самой конституции, а ее интерпретации. В частности, были приняты законы о возможности экспорта оружия и признании права на коллективную оборону (вступили в силу 29 марта 2016 года).

В июле 2016 г. вопрос об изменении основного закона был включен в программу ЛДП на выборах в верхнюю палату парламента. Реформа конституции превратилась в один из важнейших вопросов политической жизни страны. И всё же общественное мнение страны по данному вопросу по-прежнему расколото. Очень трудно предсказать, сколько лет потребуется для проведения серьезной конституционной реформы.

С изменением «мирной» конституции тесно связан вопрос о будущем японо-американского сотрудничества. Стратегический союз с США был и остается основой послевоенной внешней политики Японии. Юридическую базу его составляет двусторонний Договор о взаимном сотрудничестве и обеспечении безопасности, подписанный в 1952 г. и серьезно дополненный в 1960 г. Срок действия Договора составляет 10 лет, но оговорки указывают, что если стороны не выдвинут возражений, положения Договора будут сохранять силу неопределенное время. Говорят, что японо-американский договор является самым долгосрочным документом, объединяющим интересы двух крупных держав, после Вестфальского мира 1648 г. (этим знаменитым соглашением была завершена тридцатилетняя война в Священной Римской империи и заложены принципы суверенитета наций). Уже один этот пример иллюстрирует совпадение интересов Японии и США, прочность и долгосрочность их взаимосвязей.

Изменение международной обстановки в Восточной Азии в последние годы заставляет обе стороны пересматривать многие направления сотрудничества. В частности, стратегический союз переориентируется на защиту от ракетной угрозы со стороны Северной Кореи, сдерживание и противостояние военной мощи Китая. Однако в ближайшие годы, по-видимому, могут произойти намного более радикальные изменения. В том случае, если США примут

решение о серьезном сокращении присутствия в Азии, а Япония изменит конституцию и возьмет на себя заботу о поддержании собственной безопасности, это приведет к резкому изменению баланса сил в регионе.

Стратегическое сотрудничество с США имеет важные экономические аспекты. 4 февраля 2016 года Япония подписала принципиальное соглашение о членстве в Транстихоокеанском партнерстве (ТТП, или в английском варианте Trans-Pacific Partnership, TPP). ТТП – это организация 12 тихоокеанских и азиатских государств, ставящая целью устранение барьеров для движения товаров, капиталов и услуг, унификацию национальных законодательных систем в области внешнеэкономических связей и создание экономического блока нового типа. Главную роль в переговорах по ТТП сыграли США и дружественные им государства (Австралия, Канада, Япония, Малайзия, Мексика, Новая Зеландия и др.). Китай в возникающем блоке не участвует, поэтому ТТП выглядит как попытка создать американский центр интеграции в регионе в противовес усилению китайского экономического влияния в Восточной Азии. С экономической точки зрения участие в ТТП облегчит Японии экспорт автомобилей, электроники и оборудования, но параллельно потребует снижения 95 % импортных пошлин и широкого открытия сельскохозяйственного, медицинского, банковского, страхового и ряда других «чувствительных» секторов (подробнее см. раздел 8.1). Политические последствия опоры на ТТП вместо множества интеграционных образований в Восточной Азии также могут быть чрезвычайно важными. Создание ТТП, ратификация соглашения, изменения национального законодательства, графики снижения пошлин, методы поддержки национальной экономики и т. п. привлекают большое внимание со стороны деловых, политических и общественных кругов Японии.

Рассмотренные выше тенденции иллюстрируют всего лишь один – международный – срез общественной жизни Японии. Однако, по нашему мнению, эти процессы постепенно формируют в стране новые основы взаимодействия Японии со странами мира. Масштабы происходящих изменений позволяют заявить, что Япония вступила в эпоху крупных перемен, сравнимых с самыми бурными периодами в истории страны, в ходе которых ярче всего проявляются характерные черты японского общества.

1. 3. Культура как основа экономического поведения

Следующий этап в изучении экономики и бизнеса Японии – сравнительный анализ культурных особенностей страны. Культуру мы рассматриваем как комплекс определяющих поведение человека внутренних правил, приобретенных им в ходе воспитания и образования и разделяемых определенным сообществом людей (эта формулировка близка к распространенному определению Г. Хофстеде [Hofstede, 1991]). Культура оказывает серьезное влияние на экономическое поведение, организацию компаний и методы бизнеса. Недаром в экономических науках широко применяются словосочетания «культура потребления», «организационная» или «деловая» культура. В предложенной нами национальной модели культура входит в состав фундамента экономической деятельности. В данном разделе мы проанализируем сравнительные характеристики культурной среды Японии, выделим некоторые национальные особенности и расскажем об их влиянии на экономику и бизнес.

1.3.1. Международные сравнения культурных особенностей

Среди многочисленных исследований культуры и экономической деятельности выделим работы Г. Хофстеде [G. Hofstede, 1991] и Ассоциации изучения мировых ценностей [World Values Survey Association, WVSA, 2016]. Исследования Г. Хофстеде проводились в 1980–2000 гг., первоначально – на основе анкетирования 116 тысяч работников компании *IBM* в 40 странах мира. В результате удалось выделить несколько измерений культурных ценностей, определяющих экономическое поведение. Так, например, удаленность от власти (power distance) указывала на степень субординации и восприятие руководителей подчиненными, избежание риска (uncertainty avoidance) – на стремление установить единые правила для всех или же на поощрение личной инициативы, индивидуализм/коллективизм (individualism versus collectivism) – на защиту личных ценностей против приоритета коллективного поведения, напористость/податливость (masculinity versus femininity) – на преобладание активного мужского или пассивного женского начала, долгосрочный/краткосрочный подход (long-term versus short-term orientation) – на нацеленность на достижение стратегических или тактических целей. Впоследствии близкие результаты были получены другими учеными [Schwartz, 2008], что подтвердило плодотворность подхода Г. Хофстеде.

Исследования WVSA начались в 1981 г. и к 2016 г. охватили около 400 тысяч респондентов в 100 странах мира с помощью 7 волн анкетирования. Это сделало работу Ассоциации самым представительным исследованием динамики мировых культурных ценностей. Первые попытки сбора информации отличались исключительной широтой. Однако после трех исследований с помощью факторного анализа удалось выделить два главных направления изменений в области мировой культуры. Первое направление представляет собой движение от традиционного общества (религиозного, семейно ориентированного, вертикального) к рациональному (светскому, индивидуальному, горизонтальному – traditional versus rational/secular authority). Второе направление заключается в переходе от ценностей выживания (приоритет экономических интересов и физической безопасности) к возможностям самовыражения (внимание к качеству жизни и личному удовлетворению – survival versus self-expression values). Согласно результатам исследований WVSA весь мир оказался разделен на несколько крупных культурных блоков. Например, страны Центральной Азии (Казахстан, Кыргызстан) попали в сектор традиционных и ориентированных на выживание ценностей, а государства Северной Европы (Швеция, Норвегия, Дания) – в блок рациональных обществ с приоритетом самовыражения.

Япония, как страна конфуцианской культуры, включена в одну зону с Китаем, Кореей, Тайванем и Гонконгом. Особенность Японии в данной системе координат заключается в самой высокой в мире роли рациональных ценностей и постепенном продвижении в сторону значимости самовыражения и качества жизни.

Результаты оценок Г. Хофстеде и WWSA хорошо дополняют друг друга и могут быть выражены в единой 100-балльной шкале (табл. 1.1). Кластерный анализ позволяет разделить исследуемые страны на несколько групп в соответствии с их культурными особенностями – англосаксонские, североевропейские, восточноазиатские, африканские, арабские и т. д.

Теоретически Япония должна относиться к группе восточноазиатских стран с конфуцианской культурой. Как показывают данные таблицы 1.1, в Японии существует рационально организованное общество (99 баллов, наивысший результат среди обследованных стран); значительную роль играют ценности самовыражения и качества жизни (58 против 23 в Китае и 31 в Индии); субординация находится на среднем уровне (54 против 35 в Германии и 93 в России); желание избежать риска проявляется чрезвычайно сильно (92 против 46 в США и 35 в Великобритании); поддерживается баланс между коллективными и индивидуальными действиями (46 против 91 в «индивидуалистской» культуре США и 20 в «коллективистской» системе ценностей Китая); напористость и стремление добиться цели любой ценой явно уступают податливости, координации действий и сохранению общественного согласия (95 против 39 в Корее и 35 в России); долгосрочная ориентация превалирует над краткосрочными целями (80 против 29 в США и 25 в Великобритании). Приведенные цифры свидетельствуют, что Японии присущи существенные отличия от культурно родственных Китая, Кореи, Тайваня и что она, говоря языком статистической науки, формирует собственный кластер.

Таблица 1.1

Международные сравнения культурных ценностей¹

Страны	WWSA		Г.Хофстеде				
	Традиционные/ рациональные	Выживание/ самовыражение	Дистанция от власти	Избежание риска	Коллективизм/ индивидуализм	Напористость/ податливость	Краткосрочные/ долгосрочные
Япония	99	58	54	92	46	95	80
Франция	64	67	68	86	71	43	39
Германия	80	55	35	65	67	66	31
Южная Корея	79	32	60	85	18	39	75
Великобритания	59	76	35	35	89	66	25
США	38	82	40	46	91	62	29
Бразилия	19	45	69	36	38	49	65
Китай	81	23	80	30	20	66	118
Индия	38	31	77	40	48	56	61
Россия	78	1	93	95	39	36	
ЮАР	24	42	49	49	65	63	
Украина	74	4					
Польша	41	31	68	93	60	64	32
Венгрия	61	16	46	82	80	88	50

Составлено по: [Sorge, Noorderhaven, Koen, 2015, p. 40–41]

¹ Оценки по 100-балльной шкале; чем выше балл, тем большее значение придается второму из двух указанных качеств

Наибольшие отличия связаны с высоким значением «податливости» среди культурных ценностей Японии. Внимательное исследование говорит о том, что это обусловлено существованием в японской культуре некоторых уникальных черт. Во-первых, речь идет о традиционном принятии решений на основе консенсуса. Из-за этого при взгляде со стороны ответственность в японской компании или организации кажется размытой, а лидеры или группы влияния не выделяются на общем фоне. Достижение консенсуса в Японии строится на специальных процедурах, а именно: неформальной практике *нэмаваси* (буквально – окапывание

корней дерева при подготовке к пересадке; используется в значении неформальных согласований при подготовке решения) и формальной процедуре *ринги* (метод информирования и сбора мнений заинтересованных лиц путем циркуляции специального документа). В результате отдельный работник японской компании стремится не к достижению цели любой ценой, а к формированию единого мнения среди своих коллег. Если судить только по данным анкетирования, показатели напористости понижены. Однако после того как консенсус достигнут и решение принято, японская компания действует решительно и быстро, не уступая своим партнерам из стран с другим типом культуры.

Во-вторых, для понимания деловых отношений в Японии важное значение имеет национальная концепция *амаэ*, которая означает «простительную зависимость» (*indulgent dependency* [Smith, Nomi, 2000]). *Амаэ* предполагает, что вышестоящий работник должен прощать подчиненным определенные ошибки и повышать уровень требований к ним только по мере формирования доверительных отношений. Следовательно, для эффективной работы японская организация должна обеспечивать возможность неформальных связей руководителей и подчиненных, чтобы придать ей гибкость *амаэ* и жесткость формальной дисциплины. Напористость и направленность на достижение результата становятся возможны только после возникновения прочных личных связей. Это требует времени и не всегда отражается в результатах социологических исследований. Приведенные примеры, связанные с консенсусом и *амаэ*, подтверждают мысль о том, что в межкультурных сопоставлениях сравнительный этический анализ необходимо дополнять этнографическим эмпирическим исследованием национальных черт и особенностей [Sorge, Noorderhaven, Koen, 2015, p. 76].

1.3.2. Характеристики деловой культуры Японии

После краткого анализа культурных особенностей Японии попытаемся проследить, какое влияние они оказывают на деятельность компании. Обратим внимание на три важнейшие характеристики японской деловой культуры, а именно: среднюю дистанцию от власти, сильное стремление избежать риска и явное предпочтение коллективных действий.

Средняя дистанция от власти ведет к соединению в японской организации и компании двух разнородных тенденций. С одной стороны, количество иерархических ступеней и наблюдающих звеньев весьма велико. С другой стороны, разница в доходах высших и низестоящих уровней намного меньше, чем, например, в США. Потoki информации ориентированы не строго вертикально, а во всех направлениях. Концентрация власти в руках верхнего эшелона также размыта, поскольку решения принимаются на основе широкого корпоративного консенсуса.

Стремление избежать риска ведет к появлению многочисленных правил и процедур, на основе которых осуществляется деятельность подразделений. Руководителями, как правило, становятся узкие технические специалисты, а не «корпоративные стратеги». Работники не склонны менять место работы и предпочитают длительную занятость (в японском варианте – даже пожизненную).

Предпочтение коллективных действий влияет прежде всего на характер отношений работника и работодателя. В Японии они основаны скорее не на формальных контрактах, а на моральных обязательствах: лояльности – со стороны работника, а также поддержке, развитии, защите от увольнения – со стороны компании. Главным мотивирующим моментом для работника становится стабильность, а не доход. Поощрения и оценки также проводятся преимущественно на коллективной, а не на индивидуальной основе.

Мы привели лишь несколько примеров влияния культуры на компании, общественные и государственные организации, экономику и бизнес. Разумеется, такие особенности Японии, как рациональные ценности, долгосрочная ориентация, достижение консенсуса и т. д., оказы-

вают серьезное влияние на экономическую активность. Тем не менее подобное влияние пока не изучено и не имеет надежных статистических подтверждений [Sorge, Noorderhaven, Koen, 2015, p. 63–65]. Поэтому в дальнейшем обсуждении мы будем опираться не на общие выводы, а на конкретные примеры взаимосвязи культуры и поведения компаний, работников, государства, регионов, деловых ассоциаций и других субъектов экономической деятельности Японии. Попытаемся сделать это на примере организационной культуры, характерной для японских компаний.

Организационная, или деловая, культура представляет собой часть национальной культуры. Оба типа культур основаны на одинаковых ценностях. Различия состоят в том, что люди становятся членами организаций в зрелом возрасте и менее склонны изменять заложенным с детства представлениям. Поэтому деловая культура чаще связана с повседневной практикой, чем с соизмерением действий с системой ценностей. В самой повседневной практике выделяются ритуалы, герои и символы. Ритуалы – это коллективные действия, которые в узко прагматическом отношении бесполезны, но в определенном культурном контексте считаются желательными для достижения поставленных целей. Герои – реальные или вымышленные, живые или ушедшие из жизни персоны, выступающие образцами для подражания. Символы – слова, жесты, изображения или другие объекты, имеющие значение, которое признают только люди определенного круга [Sorge, Noorderhaven, Koen, 2015, p. 61].

Перечислим некоторые черты деловой культуры Японии. Решения в японских фирмах, как правило, принимаются на основе консенсуса. Согласование мнений ведется с помощью специальных процедур *ринги* (круговое информирование). Конфликты стараются не разрешать, а предупреждать с помощью длительной подготовки сложных решений *нэмаваси* (окапывание корней). В структуре компании проводится четкое разграничение статуса работников, занятых на различной основе (постоянной, временной, контрактной). Большое внимание уделяется ритуалам и символам (строгий дресс-код, обмен визитками, утренние приветствия и т. п.). Для снижения затрат времени на деловое общение работников в помещениях не устанавливают перегородок. Важной частью межличностных связей являются частые вечеринки, позволяющие обсудить деловые вопросы в неформальной обстановке.

1.3.3. Герои бизнеса как представители деловой культуры

Список особенностей деловой культуры можно продолжить, однако существует один ее элемент, в котором все перечисленные черты получают яркое и образное воплощение. Речь идет о героях, т. е. о бизнесменах, играющих роль образцов или моделей поведения в деловой сфере. Приведем несколько конкретных примеров из этой области.

В числе молодых предпринимателей в последние годы большое внимание СМИ привлек Т. Мураками (T Murakami), президент компании *Livesense*. Компания основана им в 2006 г., когда он был студентом первого курса престижного японского университета Васэда. Сфера ее деятельности – предоставление информационных услуг компаниям, ищущим работников. В данном секторе экономики работают тысячи фирм, т. е. рынок является чрезвычайно конкурентным. Однако уже в первый год деятельности *Livesense* была получена прибыль, и за 6 лет ее сумма увеличилась в 580 раз. В 2013 г. компания начала котироваться на Токийской фондовой бирже, а Т. Мураками в возрасте 25 лет стал самым молодым президентом компании, который сумел добиться этого.

Причины успеха *Livesense* связаны с применением новой для этого сектора политики привлечения компаний-клиентов. Данная политика носит название аффилированного маркетинга (*affiliated marketing*). Суть ее состоит в «оплате по результату». В большинстве случаев компании, нуждающиеся в рабочих руках, платят довольно большие суммы за рекламу своих объявлений в специализированных журналах. *Livesense* начала брать деньги только с тех, кто реально

находил работников с помощью их интернет-сайта. Регистрация компаний, ищущих сотрудников, была сделана бесплатной. В первые годы применялись и такие необычные средства, как возвращение плательщикам части полученных в качестве оплаты средств. Это позволило клиентам сократить расходы, а в результате у *Livesense* быстро увеличился круг пользователей сервиса. Кроме новинок в оплате услуг и методов привлечения клиентов, среди слагаемых успеха компании часто называют также личную активность самого Т. Мураками. Его лозунгом стали следующие слова: «Боюсь не действия, а бездействия». Такой принцип поведения разительно отличается от пассивности множества его сверстников и привлекает большое внимание СМИ.

Другим ярким представителем молодого поколения бизнесменов стал С. Ямада (S. Yamada). Это основатель компании *Mercari*, которая в марте 2016 г. первой среди стартапов Японии получила рыночную оценку в 1 млрд долларов [Bloomberg, March 19, 2016]. Компания предоставила интернет-площадку, позволяющую обычным людям продавать и обменивать любые вещи – от одежды и бытовой электроники до билетов на бейсбол и коллекций бабочек. К началу 2016 г. мобильное приложение *Mercari* было скачано 32 млн раз, ежемесячные объемы сделок превысили 10 млрд иен (примерно 100 млн долларов), а комиссионные компании составили 10 % от стоимости каждой сделки. Компания привлекла крупные инвестиции от известных групп *Mitsui* и *Globis Capital Partners* и первой среди японских фирм вошла в престижный мировой список инвестиционно привлекательных компаний-«единорогов» (*unicorns*) агентства *CS Insight*.

С. Ямада изучал математику в престижном университете Васэда. Во время студенческой практики он разрабатывал сайт неизвестной тогда компании *Rakuten*. Всего через несколько лет *Rakuten* превратился в крупнейший интернет-магазин Японии, а С. Ямада лично убедился в огромных возможностях современных технологий для развития бизнеса. Первые замыслы молодого предпринимателя были связаны с компьютерными играми. В 2001–2010 гг. его компания *Unoh* создала несколько популярных продуктов и была поглощена крупной фирмой *Zynga Inc.* Затем бизнесмен полтора года проработал над локализацией японских игр для американского рынка, но не оставил мечту о начале крупного проекта. В 2012 г. он уволился и отправился путешествовать вокруг света. За полгода он посетил 23 страны и множество уникальных мест – от соляных озер Боливии до деревень кочевников в пустыне Сахара, от черепашьих пляжей на Галапагосских островах до дерева Будды в Индии. Оказалось, что даже беднейшие люди планеты, не имеющие доступа к водопроводам и линиям электропередач, широко пользуются мобильными телефонами. Это и натолкнуло С. Ямаду на мысль о создании мобильного приложения для частной торговли. К 2013 г., когда появилась компания *Mercari*, интернет-рынок сделок «бизнес – потребитель» был уже насыщен, а вот в сегменте «потребитель – потребитель» оставались широкие возможности для роста. *Mercari* быстро стала лидером в Японии и попыталась выйти на североамериканский континент, но столкнулась там с серьезными трудностями и перешла к стратегии постепенного расширения.

Стиль бизнеса С. Ямады определяется его жизненными установками: выбирать новый путь, использовать выпавший шанс, действовать быстрее конкурента. Это позволяет претворять в жизнь даже самые необычные бизнес-идеи. По мнению С. Ямады, возможности для этого в Японии есть. В частности, условия публичного размещения акций на нижней секции Токийской фондовой биржи (10 млн долларов капитализации без требования минимального дохода) являются очень благоприятными для растущих компаний. А вот образцов для подражания, таких как Стив Джобс или Марк Цукерберг, появляется сравнительно мало. Именно поэтому С. Ямада полон решимости сделать как можно больше, чтобы молодые люди на его примере поверили в собственные силы.

Среди бизнесменов среднего возраста роль лидера общественного мнения играет М. Сон (M. Son), президент компании *Softbank*. Это человек, на формирование которого оказали влияние его происхождение из проживавшей в Японии корейской семьи, обучение в американском

колледже и затем в университете по специальности *computer sciences*, активная изобретательская деятельность и первый финансовый успех в США. Компания *Softbank* была основана в 1981 г. В настоящее время (2016) она является третьим по числу клиентов оператором мобильной связи в Японии. Сфера деятельности компании включает предоставление провайдерских услуг, обработку и хранение данных, создание видеоигр, издательский и банковский бизнес. В качестве партнера *Softbank* участвует в деятельности ряда зарубежных компаний в Японии (*Yahoo! E-Trade, Ustream.tv* и других) и сам активно инвестирует за рубежом (*Alibaba, Sprint, Coupang*).

Быстрый рост и высокая капитализация компании позволила стать М. Сону вторым среди самых богатых людей Японии по версии американского журнала *Forbes* (2016). Успех *Softbank* связан с несколькими факторами. Прежде всего рынок телекоммуникационных услуг представляет собой один из немногих растущих секторов экономики Японии. В период бурного развития и конкуренции за клиентскую базу *Softbank* активно применял агрессивную политику скидок, чего старались избегать его конкуренты. После появления на рынке принципиально нового смартфона компании *Apple* в течение трех лет *Softbank* был эксклюзивным распространителем iPhone в Японии. В 2007 г. компания запустила серию телевизионных реклам, которые побили в Японии все рекорды популярности и способствовали расширению ее бизнеса. В 2013 г. она приобрела американского провайдера услуг мобильной связи *Sprint*, имеющего 55 млн клиентов. Это укрепило имидж *Softbank* как глобальной, быстрорастущей и инновационной компании. Большим финансовым успехом стало также взаимодействие с китайским интернет-ритейлером *Alibaba*. В 2016 г. было объявлено о выкупе акций на рекордную для компании сумму 4,4 млрд долларов для поддержки доверия инвесторов.

Осуществлять всё это позволяет стиль управления президента М. Сона. Принцип глобального подхода к менеджменту реализуется в виде широкого использования иностранного опыта, привлечения зарубежных специалистов и развития у работников навыков международного общения. Принцип быстрого роста применяется в виде агрессивной политики расширения клиентской базы, слияний и поглощений, а также диверсификации сферы деятельности. И наконец, инновационная стратегия основана на постоянном технологическом обновлении и использовании новых методов управления, стимулирования, финансирования и всего того, что объединяется понятием «менеджмент». В последние годы М. Сон активно занимается венчурной деятельностью и выступает с инициативами в области развития возобновляемых источников энергии.

К чуть более старшему поколению относится богатейший человек Японии Т. Янаи (Т. Yanaï), президент компании *Fast Retailing* (бренды *Uniqlo, GU* и др.). Компания занимается производством и продажей сравнительно дешевой и модной одежды. Удачное сочетание цены и стиля, которое удалось найти *Uniqlo*, оказалось очень востребовано в Японии с середины 1990-х годов. Это и создало базу для быстрого роста компании. Президент Т. Янаи стал не только самым богатым человеком страны, но и получил известность как разработчик новой стратегии роста в условиях продолжительного спада, снижения доходов и высокого курса иены. По мнению Т. Янаи, любую из перечисленных трудностей можно рассматривать как стимул для развития. Так, например, дорогая иена дает возможность расширять бизнес за рубежом. Снижающиеся доходы позволяют сэкономить на оплате труда продавцов и обслуживающего персонала, а продолжительный спад указывает на необходимость находить новые технологии продаж и создавать продукцию для новых сегментов покупателей.

Можно выделить несколько составляющих успеха Т. Янаи: 1) удачный выбор бизнес-модели, ориентированной на продажу модных и удобных изделий по низким ценам; 2) контроль над всей цепочкой создания стоимости – от дизайна одежды до ее реализации; 3) снижение накладных расходов за счет стандартизации и централизации; 4) активную политику расширения продаж и розничной сети за пределами Японии; 5) постоянный поиск новых сег-

ментов рынка и разработку соответствующих технологий продвижения и продаж; 6) эффективные методы вовлечения и стимулирования персонала и многое другое (подробнее см. раздел 7.5). Реализовать перечисленные идеи помог энергичный и в известном смысле агрессивный стиль менеджмента. Приобрести его Т. Янаи, вероятнее всего, смог благодаря личным особенностям характера, обучению в престижном университете Васэда и нескольким годам работы в крупной компании розничной торговли *JASCO*.

Несмотря на поразительный успех, немало бизнесменов в Японии критикуют деятельность Т. Янаи и *Uniqlo*. Прежде всего многие отрицают оригинальность стратегии и указывают на то, что это лишь применение американского опыта к японским условиям. Высказывается также мнение, что *Uniqlo* одной из первых на японском рынке начала ранее нетипичную ценовую конкуренцию. Это усилило разрушительную тенденцию дефляции, от которой экономика Японии страдает до сих пор. Кроме того, в печати появляются статьи и книги, обвиняющие компанию в создании неблагоприятных условий труда и в магазинах Японии, и на китайских фабриках. В 2015 г. компания *Uniqlo* даже частично признала обвинения и обязалась улучшить условия труда на швейных предприятиях в Китае [Chang, 2015].

Наиболее известным активно действующим представителем старшего поколения бизнесменов можно считать К. Инамори (K. Inamori), основателя электронного гиганта *Kyocera* (стоимость ее акций в ноябре 2015 г. составила 64 млрд долларов). Эта компания известна не только своей электронной и керамической продукцией, но и системой управления «Амёба менеджмент». Система заключается в разбиении коллектива на небольшие хозрасчетные бригады (амёбы), применении к ним особых методов бухгалтерского учета и стимулировании производительности труда каждого участника (подробнее см. раздел 4.5).

Список достижений К. Инамори включает также основание телефонной компании *KDDI* (капитализация 18 млрд долларов), одного из трех крупнейших провайдеров мобильной связи современной Японии. Кроме того, в 2010 г. этот бизнесмен выступил антикризисным менеджером второй по величине японской авиакомпании *JAL* и за один год добился восстановления ее прибыльности. В 2016 г. К. Инамори исполнилось 83 года, но он был полон энергии и вел активную деятельность сразу на трех направлениях – как крупнейший бизнесмен, как преподаватель личной школы менеджмента и как буддистский священник.

Главный принцип менеджмента, по мнению К. Инамори, заключается в том, что лидеры компании должны сделать ее работников счастливыми и в материальном, и в интеллектуальном плане [Bloomberg, November 6, 2015]. Понятие счастья в данном случае связано с буддистской концепцией *сёдзин*, или с достижением высшего состояния души через посвящение жизни служению великой цели. В заботе о благе компании и о счастье работников состоит главная цель менеджеров. А вот на требования акционеров нужно уметь ответить «нет», поскольку они чаще всего думают об извлечении прибыли и увеличении дивидендов. Такая жесткая позиция основателя компании приводит к тому, что в глазах акционеров стоимость компании недооценивается, а прибыльность занижается. В частности, в 2012–2015 гг. японский фондовый индекс *ToPIX* вырос на 84 %, а акции *Kyocera* – всего на 48 %. Средняя норма прибыли на капитал (ROE – return on equity) среди компаний, для которых вычислялся индекс *ToPIX*, в сентябре 2015 г. составила 8,6 %, а в *Kyocera* (за счет крупных инвестиций) – 5,8 %. Неудивительно, что многие акционеры, особенно зарубежные, жестко критикуют деятельность К. Инамори, требуют пересмотра его политики и заявляют, что она противоречит современным тенденциям развития менеджмента.

Скорее всего, отрицательные стороны можно найти в деятельности любого бизнесмена. В этой связи интересно проследить, кто же из представителей крупного бизнеса в Японии вызывает однозначную симпатию. Такого человека трудно найти в жизни, но образ его, по-видимому, существует в мире комиксов. С 1983 г. в Японии выходит серия книг, посвященная жизни вымышленного бизнесмена Косаку Сима (Kosaku Shima). Автор серии, К. Хироканэ (К.

Hirokane), долгое время работал в компании *Panasonic*, которая и стала моделью его рассказов. Мифический К. Сима начинает работу в огромном конгломерате *Hatsushiba Electric* (позднее – компания *Tecot*), за 25 лет проходит все ступени карьерной лестницы и становится президентом. Его личная жизнь настолько запутанна, насколько это вообще возможно в мире комиксов. Он не задумываясь вступает в сделку с китайской мафией, когда речь заходит о ребенке его друга. Он бывает груб и даже жесток с подчиненными. И всё же эти «грехи» легко прощают ему и читатели, и его вымышленные коллеги. Причина в том, что он не боится принимать самостоятельные решения, действовать быстро, проявлять качества лидера и добиваться своего. Он не останавливается перед тем, чтобы действовать не так, как диктует ему традиционная корпоративная культура, т. е. не боится конфликтов и личной ответственности. Он много времени провел за рубежом, мыслит глобально, понимает, как нужно работать на зарубежных рынках, как вести себя с американскими и китайскими коллегами. Он считает, что будущее компании лежит не в Японии, а в агрессивном освоении зарубежных рынков. Он выступает за отказ от традиционного стремления обеспечить наилучшее возможное качество и добиться совершенства в производстве и технологии. Вместо этого он предлагает производить то, что реально нужно потребителю. Вероятно, именно эти качества кажутся многим в Японии самыми ценными в современном руководителе. По крайней мере, об этом говорит успех и длительная популярность данной серии комиксов.

Завершая первую главу нашей книги, отметим, что предложенная в первом ее разделе концепция национальной модели экономики и бизнеса очень полезна для понимания экономической деятельности любой страны, тем более такой своеобразной, как Япония. Краткая характеристика японского общества указывает на его переходный характер в том, что касается экономического роста, демографии, внутренней и внешней политики. Культурная среда изменяется намного медленнее других элементов социальных отношений и играет роль стабилизатора, необходимого в период крупных перемен в экономической и деловой жизни.

Вопросы и задания

1. Что входит в национальную модель экономики и бизнеса?
2. Какое влияние оказывают географические и природные условия на экономическую деятельность?
3. Назовите основные этапы формирования японской нации.
4. Какие черты свойственны национальному характеру японцев?
5. Раскройте особенности организации ветвей власти в Японии.
6. Какие общественные процессы кроются за попытками изменить конституцию Японии?
7. Дайте определение культуры и объясните ее взаимосвязь с экономической деятельностью.
8. Какие подходы к классификации культурных ценностей существуют в современной науке?
9. Какие особенности присущи деловой культуре в Японии?
10. Приведите примеры японских бизнесменов, играющих роль образцов или моделей поведения в деловой сфере.

Глава 2

Эволюция национальной модели и важнейшие периоды экономической истории

В первой главе нашей книги мы рассказали о культурных особенностях Японии. Культура рассматривалась нами как часть фундамента или как одно из измерений национальной модели экономики и бизнеса. Сейчас мы переходим к обсуждению второго измерения данной модели и поговорим о ее временной динамике, т. е. об истории экономики и бизнеса страны. При этом в центре нашего внимания окажутся не столько исторические факты сами по себе, сколько формирование экономических институтов, а именно правил, механизмов их выполнения и норм, определяющих повторяющиеся взаимодействия между людьми [Норт, 1993]. Важнейшими экономическими институтами являются фирмы, рынки и правила контрактных отношений [Уильямсон, 1996]. Исходя из этого наибольший интерес для нас будет представлять история формирования компаний, отраслей экономики и общих условий экономической деятельности.

Отметим также, что если культура является комплексом внутренних правил, определяющих поведение человека, то институты – это внешние рамки человеческих действий. Культура приобретает в ходе воспитания и образования, а институты формируются в результате общественного развития. Именно этот институциональный аспект исторического анализа и будет предметом нашего дальнейшего обсуждения.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.