

Письмо из Японии

150 лет назад в г. Симода был заключен первый японо-русский договор – трактат о дружбе и торговле. С тех пор сменилось несколько поколений и исторических эпох. Отношения двух стран развивались непросто. Однако в последние годы появилось несколько поразительных явлений: торговля и инвестиции достигли наивысших значений, в России разразился бум японской культуры, и, пожалуй самое важное, – появились люди, считающие обе страны своим домом.

Я, автор помещенной ниже статьи, уже 15 лет живу и работаю в Японии. За эти годы пришлось научиться говорить, думать и вести себя по-японски. Удалось проехать по стране от севера Хоккайдо до юга – Окинавы. Довелось покопаться на рисовом поле по колено в воде и прочесть лекцию советникам нынешнего кабинета, выпить саке в гостях у мэра крупнейшего города и побывать в камере предварительного заключения (в качестве переводчика), увидеть действующую доменную печь «Ниппон Стил» и посидеть за пультом валютного дилера. Здесь родились мои дети. Время не остановишь, и уже уходят из жизни некоторые близкие и уважаемые мной люди. На вопрос, почему живу в Японии, я давно нашел ответ: потому что мне здесь нравится. У меня всегда была и есть интересная работа в исследовательском институте, в коммерческом банке, в университете. Меня окружали и окружают умные, тактичные и интеллигентные люди. Я никогда по-настоящему не переживал за безопасность своих близких. За 15 лет меня ни разу не обругали на улице, не обсчитали в магазине и не отравили в общепите.

Проблем тоже хватает, но пока они решаются. Бывает, незнакомые детишки в местном торговом центре показывают пальцем на меня, иностранца. А я понимаю, что выгляжу для них, как для русских негр в Магадане, и улыбаюсь в ответ. До родителей в Петербурге добираться сутки на перекладных, но я перекраиваю расписание и привожу им внучат на пару летних месяцев. Я не знаю, куда устроить жену на работу, как вылечить дочкин диатез, что делать с пенсией, но даже в России после сорока жизнь только начинается, не говоря уже о Японии. Если кратко – я счастлив тем, что у меня и моей русской семьи два дома, два языка, две культуры.

Отношения двух стран – это не только высокая политика, но и память людей о прошедших событиях. Я помню, какой шумный «Горби-бум» был в Японии в 1990 г. и какого симпатичного резинового Горбачева я тогда купил в токийском икрушечном магазине. А через год, во время августовского путча, японский МИД разыскивал нас с женой и хотел удостовериться, что мы не попытаемся остаться и обязательно вернемся в Союз. Мы и знать ничего не знали, катались на машине по пляжам и «вынырнули» уже после ареста ГКЧП. Говорят, тогда по всей Японии только двоих советских не нашли вовремя. А Союз развалился уже через три месяца...

Б.Ельцин начал общаться с японцами на языке «неформальной дипломатии», в политике вроде бы потеплело, но про экономику лучше было не заговаривать. Тогда я работал в хоккайдском банке и прочитал полсотни лекций для клиентов. Никогда не забуду их лица при словах о том, что Россия уже поднимается, что уже можно торговать, уже пора готовить почву для серьезного бизнеса. И вот, наконец-то, ситуация поменялась: торговля и инвестиции бьют все рекорды. Однако долгожданный визит В.Путина месяц за месяцем откладывается. Получается, нельзя построить прочных отношений на одном только экономическом фундаменте: об этом красноречиво говорят разбитые витрины японских магазинов в Китае. Стабильность можно обеспечить лишь путем искреннего диалога, готовности к компромиссам и кропотливого решения проблем, существующих в отношениях Японии и России.

Мне кажется, что россияне все более и более открываются навстречу диалогу. В прошлом году, в августе, мы с семьей как всегда приехали из Японии в Россию, из Фукуи в Санкт-Петербург. На следующий день в видеомагазине дети обнаружили (и заставили нас купить!) диски с японскими мультфильмами «Мой сосед Тоторо» и «Унесенные призраками» на русском языке. Через три дня друзья пригласили нас в гости на вечеринку с суси и караокэ. А затем мы встретились с моим знакомым, директором исторического музея Санкт-Петербургского государственного университета. Он услышал, что у меня есть коллекция японских чайечек для саке, и мы договорились устроить выставку... В течение нескольких лет я замечал, как в России растет интерес к японской истории, литературе, кино, но не ожидал, что это происходит так быстро и уже затрагивает моих личных знакомых. Я начал собирать информацию о распространении японской культуры и быстро обнаружил, что ее популярность растет во многих странах.

Совсем недавно слова «глобализация культуры» использовались как синоним американской культурной экспансии. По-видимому, Японии первой удалось сломать этот стереотип. В последние 10 лет японские кинорежиссеры и дизайнеры получили признание в Европе, артисты J-pop добились популярности в ряде стран Азии, и даже на крупнейшем в мире американском культурном рынке резко расширилось присутствие японской музыки, дизайна, моды, архитектуры, кино и анимации, литературы, пицци и т.д. Пожалуй, Япония начала превращаться из экономической в культурную сверхдержаву.

Глобальный рост популярности японской культуры тесно связан с активной позицией правительства по распространению за рубежом позитивного имиджа страны. Кроме этого хорошо известно, что факта следует назвать еще несколько причин. Во-первых, в годы экономической депрессии в Японии появился целый слой молодых и активных политиков, артистов, бизнесменов. Они получили свободу выражения, средства и новые возможности для творчества. За счет их энергии удалось увеличить международную привлекательность страны в области культуры, а значит, ощутимо вырос так называемый *Japan's Gross National Cool*. Во-вторых, японский экспорт начал перестраиваться с вывоза изделий на поставку информации и услуг. В 2002 г. «культурный экспорт» в три раза превысил стоимость всех экспортированных Японией телевизоров. В Америке объем продаж японских мультфильмов достиг 4,6 млрд долл., а это в 3,2 раза больше продаж японских же стальных изделий. Следовательно, в годы депрессии Японии удалось найти новую нишу в мировой экономике за счет «постиндустриализации» экспортного потенциала. В-третьих, в последние годы произошла глобализация некоторых традиционных локальных японских рынков (тунца, икры минтая, живых крабов и др.). В результате элементы японской деловой культуры, культуры приготовления пищи и культуры еды распространились по всему миру. Получается, что вслед за электронными товарами и высокими технологиями теперь уже и японские суси «встали» на путь глобализации.

В приобщении к современной японской культуре Россия чаще всего следует за Европой и Америкой. Именно поэтому в Москве и Санкт-Петербурге суси-бары чаще приходят из Нью-Йорка, а фильмы – из Канна, чем из Токио. Я помню, как в 1999 г. искал информацию в Рунете на портале Yandex по ключевому слову «Япония» и получил в ответ 400 страниц. А сейчас их число превышает 8 млн (только США и Германии посвящено больше русскоязычных интернет-источников). В бышем СССР японский язык преподавался в 20 университетах, а в нынешней России – уже в 70. В 1998 г. в России издавался один журнал, посвященный Японии, а в 2004 г. их стало четыре. За последние годы появились новые переводы японской классики: «Кодзики», «Манъёсю», «Нихонсёки», а также многочисленные издания современных японских авторов. Надо ли говорить, что Харуки Мураками для российской образованной молодежи превратился в культового писателя, которого просто неприлично не читать.

Количество японских ресторанов и магазинов, переводных книг и фильмов уже достигает такого уровня, что японская культура становится для многих россиян, по крайней мере жителей двух российских столиц, частью духовной жизни. Говорят, что подобное явление отмечается в истории страны второй раз. Причем первый «японский бум» пришелся на время Русско-японской войны. Интересно, что в те годы, по словам российских историков, петербургские дамы щеголяли в японских нарядах, а киотские гейши продавали свои роскошные кимоно, чтобы помочь своей действующей армии.

Популярность японской культуры в России растет по тем же самым причинам, что и в других странах. Вдобавок к этому существуют некоторые особенности понимания россиянами места своей страны в современном мире. Действительно, Россия пока не является активным членом европейской или азиатской интеграции, чувствует себя подавленной политической мощью США и экономическим потенциалом Китая, но при этом испытывает растущее уважение к успехам Японии. В российских средствах массовой информации встречаются мнения, что Япония может стать моделью для политического, экономического и социального развития России. Все это говорит о том, что в России создана солидная основа для положительного восприятия не только японских товаров, но и социальных идей, исторического опыта, духовных ценностей.

Между нашими странами немало противоречий, и все же их намного легче преодолевать в атмосфере заинтересованности и подъема, чем отчуждения и депрессии. Именно это кажется мне главным в нынешних отношениях России и Японии.

А.В. БЕЛОВ

Заметки экономиста об отношениях Японии и России

Анализируются некоторые аспекты современных японо-российских экономических и культурных связей. Выдвигается тезис о формировании постсоветской модели взаимодействия двух стран, для которой, в частности, характерны преобладание политических факторов над экономическими, теневая экономика, существование негативных внешних эффектов и асимметричность информации. По мнению автора, подобные явления можно рассматривать как провалы рынка, что указывает на необходимость государственного вмешательства для их ликвидации.

БЕЛОВ Андрей Васильевич – кандидат экономических наук (Университет префектуры Фукуи, Япония).

This study aims at the analysis of the certain characteristics of current Japanese-Russian economic and cultural relationships. A «post-soviet model», which appeared in the area of bilateral trade, can be described by a prevalence of political over economic factors, the development of illegal economic activities, the existence of negative externalities and asymmetric information. The author argues that in terms of economic theory, these problems represent examples of a market failure, which can only be solved by effective public policy and state intervention.

Теоретическая база исследований международных торгово-экономических связей – разнообразные концепции внешней торговли и мирового хозяйства. Однако мы хотим взглянуть на предмет с несколько иной, не оговоренной этими концепциями точки зрения. В теории общественных финансов и государственного сектора экономики широко применяется понятие «провалы рынка». Под ним подразумевается такая экономическая ситуация, когда рациональное поведение людей, адекватно реагирующих на порождаемую рынком информацию, не обеспечивает эффективного распределения ресурсов «по Парето», при котором улучшение положения одного контрагента возможно без ухудшения положения других участников рыночного обмена [15, с. 17]. Традиционная классификация провалов рынка включает монополию, или монопонию (монополию покупателя), теневую экономику, недостаток и асимметрию информации, а также внешние эффекты-экстерналии. Именно эти черты характерны для современных японо-российских связей.

Провалы рынка, как правило, должны устраняться посредством государственного вмешательства. Рассмотрение двусторонних экономических отношений с точки зрения выявления и блокирования провалов рынка позволит не только взглянуть на эти отношения под новым углом, но и сформулировать некоторые рекомендации в адрес правительственных органов. Применение научного аппарата теории общественных финансов при анализе международных связей является первой известной автору попыткой такого рода. Поэтому, разумеется, выдвигаемые положения можно рассматривать лишь как постановку проблемы и приглашение к более глубокой и академичной дискуссии.

Постсоветская модель в японо-российской торговле. Разговор о провалах рынка необходимо предварить кратким описанием японо-российской торговли. При этом мы хотим лишь напомнить читателям о некоторых ее внешних характеристиках, которые понадобятся нам для дальнейшего изложения. Отметим также, что в дальнейшем используются данные японской таможенной статистики и японская трактовка понятий экспорта и импорта.

В развитии современных японо-советских и японо-российских экономических отношений можно выделить несколько крупных этапов. Прежде всего, начиная с конца 1960-х годов Япония активно участвовала в освоении природных ресурсов Дальнего Востока и Сибири. Неудивительно, что на рубеже 1960–1970 гг. Япония была крупнейшим внешнеторговым партнером СССР и только в 1974 г. уступила первенство Западной Германии. Второй этап начался в 1986–1988 гг., после того как М.С.Горбачев выдвинул несколько инициатив по сотрудничеству Советского Союза со странами АТР. С 1987 г. стало возможным образование совместных предприятий (СП), и первое советское СП (в сфере производства) было создано именно с японской фирмой. За этим последовало бурное развитие приграничной торговли. В итоге к концу 1980-х годов в японо-советских экономических связях действовали одновременно два механизма: плановый (межгосударственные соглашения) и рыночный (СП и приграничное сотрудничество). В результате в 1989 г. оборот взаимной торговли достиг 6 млрд долл. Этот показатель был превышен только

в 2004 г., когда, по информации японских таможенных органов, товарооборот подскочил сразу на 47,2% по сравнению с предыдущим годом и достиг 8,8 млрд долл. – наивысшего уровня за всю историю торговых отношений [16, 17]. По предварительным данным, рост инвестиций оказался не менее впечатляющим.

С 1992 г. взаимная торговля вступила в третий, современный, этап. Торговые отношения стали чрезвычайно нестабильными, но развивались очень быстро и приобрели новое значение и для Японии, и для России: всего за несколько лет в этой области сформировалась совершенно новая, постсоветская модель. Перечислим ее основные черты.

1. Прекратила существование торговля на основе межправительственных соглашений. Вместо нее возникла система взаимосвязей преимущественно частных компаний, действующих на основе рыночных критериев при минимальной государственной поддержке. Соответственно, важнейшим фактором торговли стали состояние внутренних рынков Японии и России, динамика мировых цен и валютных курсов, внешнеторговое и валютное регулирование, а также конкуренция со стороны китайских, корейских, американских и других внешнеторговых партнеров. Японские инвестиции в экономику России до последнего времени не оказывали заметного стабилизирующего влияния на торговые отношения. Все это позволяет объяснить неустойчивость японо-российской торговли, объем которой за истекшие годы дважды скатывался к уровню конца 1970-х (в 1992 г. – 3,4 млрд, в 1998 г. – 3,8 млрд долл.) и дважды достигал пиковых значений (в 1995 г. – 5,9 млрд, в 2004 г. – 8,8 млрд долл.).

2. Изменилась структура экспорта и импорта, хотя и сохранилась общая модель обмена российского сырья на японские промышленные изделия. До начала 1990-х годов Япония поставляла в Советский Союз прежде всего инвестиционные товары и имела положительное сальдо внешнеторгового обмена. С начала 1990-х годов инвестиционный спрос в России резко упал, а экспорт Японии переориентировался с инвестиционных на потребительские товары. Одновременно либерализация внутреннего японского рынка подтолкнула спрос на российские цветные металлы, рыбу и морепродукты, лес и уголь, которые не находили сбыта в кризисной России. В итоге японский экспорт сократился, а импорт вырос. Сформировалось необычное для Японии отрицательное торговое сальдо, достигшее максимального уровня в 2000 г. (4 млрд долл.).

В 2004 г. основными статьями японского импорта из России были цветные металлы (33%), рыба и морепродукты (18,9%), лес и пиломатериалы (14,7%), уголь (10,3%) и нефть (7,8%). Экспорт в направлении России более чем наполовину состоял из автомобилей и запчастей (56,6%), включая подержанные (12,8%), за которыми с большим отрывом следовали промышленное оборудование (12,8%) и электронные товары (10,3%) [17, с. 3, 4].

3. Изменение механизма и товарной структуры торговли привело к тому, что ряд операций оказался за пределами официальной таможенной статистики. Так, японские данные о ввозе рыбы и морепродуктов существенно превышают соответствующие российские, поскольку рыба, выловленная за пределами 12-мильной зоны России, долгое время не должна была проходить таможенного оформления. В экспорте Японии существенная часть приходится на бытовую электронику, но значительное количество японских электронных изделий ввозится в Россию через таможенные склады в Сингапуре, ОАЭ и других странах, позволяющих минимизировать импортные платежи, а значит, в двустороннюю статистику не попадает. Не отражаются в статистике и подержанные автомобили, вывозимые из Японии российскими туристами и моряками в качестве личного багажа. И, наконец, суще-

ствуется обширная группа изделий (автомобили, бытовая электроника и др.), произведенных японскими компаниями за пределами Японии и продаваемых в России. Применительно к японо-российским отношениям сказанное выше означает, что присутствие японских товаров и компаний на российском рынке (и наоборот) может быть значительно выше тех цифр, которыми обычно оперирует таможенная статистика.

4. Серьезные перемены в двусторонней торговле пока не дали толчка к заметному повышению удельного веса Японии и России в общем товарообороте каждой из стран. В 1992–2003 гг. доля России в товарообороте Японии составляла 0,6–0,7% (примерно 0,3% в экспорте и 1% в импорте). На Японию приходилось 2,2–3,5% российской внешней торговли (1,8–3,1% экспорта и 3,2–3,9% импорта) [12, с. 653; 16, с. 45]. В 2003 г. Россия в числе внешнеторговых партнеров Японии была на 23-м месте, а Япония для России – на 13-м. Эти цифры в отрыве от общего контекста развития двусторонних отношений не дают оснований для оптимизма. Однако нужно учесть, что в указанный период главным фактором динамики внешнеэкономических связей в Северо-Восточной Азии была переориентация торговли и инвестиций на Китай. Торговля Японии с КНР с 1992 г. увеличилась в 4,5, а России с КНР – в 2,5 раза. По-видимому, повышения значимости японо-российских отношений можно будет ожидать лишь после стабилизации темпов роста торговли с Китаем. Кроме того, прошедшее десятилетие, если судить по динамике основных экономических показателей, и для Японии, и для России было наихудшим за всю послевоенную историю. На региональном уровне перелом в экономическом развитии соседних территорий двух стран произошел только в 2003 г. В настоящее время состояние инвестиционного и потребительского рынка России и Японии быстро улучшается, на Дальнем Востоке России реализуется ряд крупных энергетических и инфраструктурных проектов. В ближайшем будущем это наверняка создаст новые возможности для взаимной торговли.

5. За истекшие годы в торговле возросла доля российского Дальнего Востока, а также северных и морских префектур Японии. В начале 1990-х годов около 20% японского товарооборота с Россией осуществлялось через близлежащие порты, расположенные на Хоккайдо и побережье Японского моря (Хакодате, Ниигата, То-яма, Цуруга, Кита-Кюсю и др.). К концу 1990-х годов их доля увеличилась примерно до 40%. Соответственно, удельный вес тихоокеанских портов (Токио, Иокогама, Нагоя, Осака, Кобе и т.д.) сократился до 60%. Это связано как с изменением характера японо-российской торговли, так и с глубокими сдвигами в региональной политике обеих стран. В Японии, например, появилась концепция ревитализации депрессивных регионов (северные и морские префектуры входят в их число) за счет развития приграничных международных связей. На этой основе центральное правительство и руководство префектур предприняли целый ряд конкретных шагов, которые и привели к таким результатам.

6. Среди японских компаний, торгующих с Россией, выделились две основные группы, занимающиеся тем, что можно условно назвать макро- и микробизнесом. Первая группа включает гигантские, всемирно известные фирмы, такие как «Тойота», «Джипан Табак», «Сумитомо», «Хитати», «НЭК» и т.д. Например, чистая выручка «Тойоты» в 2003/04 финансовом году достигла 17,3 трлн иен (149 млрд долл.), что превышает ВВП Греции, Финляндии и Португалии. Естественно, что внимание такой компании может принести России серьезные экономические выгоды. В 2004 г. «Тойота» (включая «Лексус») продала на российском рынке 47 426 новых иностранных автомобилей, но это составило лишь около 1% зарубежных продаж компании [13, с. 17]. Интерес «Тойоты» к сбытовой и производственной

деятельности на территории России очевиден, хотя, так же как и для большинства японских «макрокомпаний», данное направление бизнеса пока нельзя назвать приоритетным. Вторая группа торгующих с Россией японских компаний состоит из тысяч небольших фирм, занимающихся торговлей рыбой, лесом, подержанными автомобилями, потребительскими товарами, обслуживанием российских судов и т.д.

Микробизнес в японо-российских отношениях возник на волне либерализации 1990-х годов. Как правило, «микрокомпании» расположены в соседних с Россией северных и прибрежных японских префектурах и ориентированы исключительно на Россию. Они обладают всеми традиционными плюсами и минусами малых предприятий, к которым, с одной стороны, можно отнести низкие издержки и быструю реакцию на изменение рыночных условий, а с другой – ограниченные экономические возможности и тенденцию к использованию средств из арсенала теневой экономики, а также нежелание (и неумение) японских бизнесменов работать в условиях высокого риска.

7. Последняя особенность «постсоветской модели» связана с тем, что за истекшие годы в японо-российских связях появился ряд проблем, решение которых невозможно на основе одного только рыночного механизма. Так, в освоении энергоресурсов Восточной Сибири выбран вариант более затратный, но исключающий превращение Китая в монопольного покупателя. Импорт в Японию российских морских биоресурсов и экспорт японских подержанных автомобилей привели к появлению крупного нелегального сектора и к негативным последствиям для жителей портовых японских городов. И, наконец, во взаимном восприятии друг друга японцами и россиянами появился глубокий и расширяющийся разрыв.

По нашему мнению, для анализа перечисленных явлений можно применить такие термины, как «монополия», «теневая экономика», «негативные внешние эффекты-экстерналии» и «асимметричная информация». Теория общественных финансов и государственного сектора относит эти определения к провалам рынка, т.е. ситуациям, затрудняющим эффективное распределение ресурсов на основе подаваемых рынком сигналов и требующим целенаправленного государственного вмешательства.

Энергетический макробизнес: устранение монополии покупателя. Импорт нефти и газа из России представляет одну из важнейших сфер интересов японского макробизнеса. Начиная с 1970-х годов Япония пытается сократить энергетическую зависимость от стран Ближнего Востока, обезопасить пути транспортировки углеводородов и уменьшить долю нефти в энергобалансе за счет более широкого использования природного газа. Россия может сыграть важную роль в решении этих проблем. В настоящее время наибольшее внимание привлекают освоение шельфа Сахалина и строительство нефтепровода из Восточной Сибири. Если оба проекта будут реализованы в планируемых объемах, к 2010 г. товарооборот Японии и России может возрасти в 3 раза, а японские инвестиции – в 10 раз по сравнению с 2003 г. [6, с. 132].

Поставки энергоресурсов из России имеют хорошие перспективы, однако в нынешнем японо-российском энергетическом сотрудничестве чрезвычайно велика роль политических и геостратегических факторов. Яркий пример – острая конкуренция Японии и Китая за доступ к восточносибирским нефтяным месторождениям. Столкновение интересов дошло до такой стадии, что «если Япония все же выиграет спор за российскую нефть, отношения между Токио и Пекином могут скатиться к самому низкому и, возможно, самому опасному уровню после Второй мировой войны» [20, р. 17]. Резкое обострение японо-китайских отношений в первые месяцы 2005 г. показывает, что этот прогноз может оказаться очень близким к реальности.

Разумеется, японо-китайское соперничество имеет глубокие корни и длительную историю. Тем не менее, по мнению ряда исследователей, конкуренция в энергетической сфере значительно ускорила вызревание проявляющихся противоречий [21]. Несколько лет назад каждая из двух стран предложила России свой вариант транспортировки и закупок нефти. Китайский проект в 2002 г. прошел технико-экономическое обоснование, в мае 2003 г. был одобрен президентами России и Китая и доведен до стадии генерального соглашения между компанией «ЮКОС» и Китайской национальной нефтяной компанией. Тем не менее российское правительство, по-видимому, опасалось превращения Китая в монопольного покупателя. Кроме того, учитывался целый ряд геополитических, стратегических и финансовых соображений, перспективы развития нефтегазовой отрасли и трубопроводного транспорта, а также давление крупных дальневосточных регионов (Амурской области, Хабаровского и Приморского краев), обойденных маршрутом нефтепровода.

В 2003 г. японский премьер-министр Д. Коидзуми сделал российскому президенту предложение провести нефтепровод до Находки и при этом заявил о готовности профинансировать работы в размере 5,2 млрд долл., а затем пообещал предоставить еще 7,5 млрд долл. в форме низкопроцентных государственных займов и гарантий частных капиталовложений. 30 декабря 2004 г., по информации японских и российских СМИ, правительство России приняло решение о строительстве нефтепровода по «тихоокеанскому» маршруту с ответвлением на Китай. Работы стоимостью в 10,8 млрд долл. должны быть завершены в 2010 г. Однако 22 апреля 2005 г. в Токио прозвучало заявление российского правительства о приоритетном строительстве китайского участка. Получается, что важнейшие ориентиры строительства нефтепровода пока не определены, не говоря уже о детальных технико-экономических расчетах. По некоторым оценкам, транспортировка нефти из Восточной Сибири в Японию может оказаться в три раза дороже перевозки из района Персидского залива. В этом случае для импорта дорогого топлива из России потребуется серьезное вмешательство японского правительства в механизм ценообразования на либерализованном национальном рынке нефти.

Выбор направления нефтепровода превратился для России в труднейшую задачу, связанную с поиском своего места в Азиатско-Тихоокеанском регионе, стратегией территориального и отраслевого развития, а также создания основ регионального энергетического рынка. Правительства заинтересованных стран сделали множество разнообразных шагов, но проблему соотношения политических и экономических факторов в реализации данного энергетического проекта так и не удалось разрешить. Вполне возможно, что выход может подсказать применение нетрадиционных для данной сферы средств из арсенала экономической науки: теории игр, институционального анализа, теории общественных финансов. Например, если квалифицировать ситуацию с трубопроводом в начале 2003 г. как монополию Китая, то для ее устранения можно рекомендовать не только реально предпринятые правительством меры по расширению доступа на рынок и участие в производстве, но и более широкое регулирование цен, наделение определенных лиц или организаций исключительными правами на некоторые виды деятельности, организацию конкурентного доступа частных компаний к объектам государственной инфраструктуры и т.д. По нашему мнению, в данном случае описание проблемы в новых терминах позволяет расширить спектр возможностей ее решения, а значит, заслуживает внимания ученых.

Автомобильный и рыбный микробизнес: теневая экономика и негативные внешние эффекты. Как отмечалось выше, в 2003–2004 гг. 12,7–12,8% японского экспорта в Россию составляли подержанные автомобили и запасные части, из них

около 40% следовало через префектуру Тояма, расположенную на побережье Японского моря. В импорте 18,9–24,8% приходилось на рыбу и морские беспозвоночные, причем те же 40% завозились через порты Хоккайдо, самой северной территории Японии. По нашему мнению, закупки россиянами подержанных автомобилей в Тояма и поставки морских биоресурсов на Хоккайдо дают яркий пример таких провалов рынка, как теневая экономика и внешние эффекты-экстерналии.

Экспорт подержанных автомобилей из Тоямы. Префектура Тояма невелика по территории и населению (1,1 млн чел. в 2002 г.), но имеет нетипично развитую для япономорских префектур обрабатывающую промышленность и сравнительно высокие душевые показатели валового регионального продукта, близкие к средним по стране [18]. Кроме того, в Тояме расположен крупный и современный порт Фусики, который на протяжении ряда лет был первым в Японии по количеству заходивших российских судов. В 1991 г. доля Тоямы в японо-российской торговле составляла 0,8% (1% в экспорте и 0,6% в импорте). К 2003 г. этот показатель сократился до 0,6% (0,5% в экспорте и 0,6% в импорте). Главным импортным товаром все 12 лет оставался круглый лес, а на второе место взамен хромовой руды вышел алюминий [11]. В товарной структуре экспорта промышленное оборудование и пластмассы были замещены подержанными автомобилями и бытовой электроникой.

В 2004 г. автомобили и запчасти являлись главной статьёй японского экспорта в Россию (56,6%). Было экспортировано 212,5 тыс. автомобилей, автобусов и грузовиков, из них 109 тыс. подержанных [17, с. 3]. Годом ранее объем экспорта составлял 106,8 тыс. штук, в т.ч. 68,1 тыс. подержанных [16, с. 83]. Еще около 150 тыс. подержанных автомобилей не попали в таможенную статистику, поскольку были вывезены в Россию как груз (личный багаж) российских туристов и членов экипажей судов [19]. Следовательно, количество вывезенных в Россию подержанных автомобилей превышало 218 тыс. Из них 87 тыс. (около 40%) были отгружены через порт Фусики в Тояма, причем 57,9 тыс. – в качестве личного багажа российских моряков и туристов [9, с. 2, 3]. Тояма превратилась в настоящую столицу ориентированной на Россию торговли подержанными автомобилями. По-видимому, не последнюю роль в этом сыграло налаженное морское сообщение с рядом портов российского Дальнего Востока.

Экспорт подержанных автомобилей в Японии представляет собой весьма специфический вид бизнеса. Пожалуй, главная его особенность – это невысокие начальные издержки. Главную роль на рынке играет Японская ассоциация дилеров подержанных автомобилей (Japan Used Car Dealers Association – JU), созданная в 1992 г. Значительная доля продаж осуществляется на 140 аукционах, расположенных по всей стране и ведущих торги ежедневно, кроме воскресенья. К 70% торгов возможен доступ со специальных компьютерных терминалов [9, с. 4]. Регистрация компаний в Японии, вступление в JU и доступ к аукционным торгам не представляют особенной сложности и не требуют больших затрат от иностранных бизнесменов. Неудивительно, что среди 1000 регулярных дилеров крупнейшего аукциона в Токио примерно 300 – представители японских фирм, зарегистрированных гражданами Южной Азии, Китая, Австралии, Новой Зеландии, России и других стран и регионов мира [19].

Из 800 работающих с подержанными автомобилями экспортных компаний Японии владельцами 350 являются граждане Пакистана, 100 – Бангладеш и 100 – Шри-Ланки. Это отражает как географию поставок японских подержанных автомобилей, так и высокую конкурентоспособность бизнесменов из Южной Азии. Например, в прилегающем к порту Тояма районе имеют офисы 150 пакистанских дилеров, которые осуществляют 80% продаж подержанных автомобилей российским покупате-

лям. При этом ассоциация префектуры Тояма по контролю за поставками в Россию транспортных средств, основанная японскими дилерами в 1993 г., насчитывает всего 37 членов, из которых половина уже прекратила операции.

К этому необходимо добавить еще одно важное замечание: по оценкам специалистов, в 2003 г. 60 тыс. автомобилей было похищено и вывезено из страны международными преступными организациями [19]. Общее количество зарегистрированных случаев краж автомобилей составляло 64 233, следовательно, как утверждают японские специалисты, почти все похищенные автомобили вывозились из страны. В июле 2002–сентябре 2003 г. французский подданный алжирского происхождения Лионель Дюмон проник в Японию по поддельным документам и занимался экспортом подержанных машин в Ниигате (соседний с Тоямой портовый город на побережье Японского моря). Как утверждает пресса, Дюмон являлся одним из руководителей террористической организации Аль-Каеда и пытался создать ее сеть в Японии. Разумеется, это частные примеры. Однако они говорят о том, что даже у законопослушных дилеров иногда возникают основания опасаться за репутацию своего бизнеса.

Неудивительно, что у японских жителей небольших провинциальных городов формируется неоднозначное отношение к притоку представителей иной расы, религии и культуры. Общие настроения японских экспертов в связи с наплывом иностранных покупателей и продавцов отражает высказанное одним из ученых пожелание в адрес префектуры Тояма: «Хочется верить, что в будущем удастся превратить район порта в модель “интернационализации изнутри”, ориентированной на совместное проживание с иностранцами. Для этого, используя существующее Общество связей Тояма–Пакистан, потребуется усилить работу по устранению трений между жителями района (японцами. – А.Б.) и пакистанцами в повседневной жизни, а также преодолеть трудности в отношениях с россиянами» [9, с. 5]. Вполне определенно высказывается по этому поводу и телевидение Тоямы, которое заявляет, что расширение торговли подержанными автомобилями в районе порта стало причиной постоянных трений иностранных дилеров и покупателей с местным японским населением [5].

Импорт рыбы и морепродуктов на Хоккайдо. Хоккайдо – самый северный регион Японии – занимает 22% территории страны, но при населении 5,7 млн чел. имеет наименьшую его плотность. В структуре экономики, по сравнению со среднеяпонскими показателями, относительно высока доля первичных и третичных отраслей (т.е. сельского, лесного и рыбного хозяйства, а также туризма), зато обрабатывающая промышленность развита значительно слабее. В 1990-х годах географическая близость к России стала одной из причин бурного развития приграничной торговли. Доля Хоккайдо в общем объеме японо-российской торговли увеличилась с 5,8% в 1991 г. до 15,2% в 2002 г. При этом удельный вес префектуры в экспорте в направлении России изменился с 1,9 до 5,1%, а в импорте – с 8,3 до 18,1% [10]. С конца 1990-х годов в непосредственной близости от Хоккайдо началось освоение сахалинского шельфа. Пока это не привело к каким-либо заметным переменам в торговле. Однако, по мнению японских специалистов, для небольших хоккайдских предприятий может оказаться весомым выполнение заказов, измеряемых даже десятками долями процента от общего объема шельфовых работ [14].

Самой крупной статьёй хоккайдского импорта из России с начала 1990-х годов являются рыба и морские беспозвоночные. В среднем за указанный период на эту товарную группу приходилось 70–80% импорта, из них около 50% составляли крабы. В региональной торговле началась настоящая «крабовая лихорадка», которая оказала серьезное влияние на экономические связи с Россией. Один из

ее результатов – формирование в данной отрасли крупного теневого сектора. Причины его появления и механизм функционирования уже достаточно освещены в научной литературе, в том числе и на страницах «Вестника ДВО РАН» [2, с. 22, 23]. Мы хотели бы обратить внимание на несколько иной аспект данного явления.

Рост поставок краба привел к снижению цен, от которого выиграли потребители Японии. Увеличилось число торговых компаний, появились новые возможности для экспорта хоккайдского рыболовного оборудования, упаковочных материалов и услуг по обслуживанию российских судов. К отрицательным последствиям «крабовой лихорадки» можно отнести расширение нелегального импорта, передел хоккайдского рынка рыбы и морепродуктов, а также социальные проблемы в небольших портовых городах в связи с наплывом российских моряков. В 1992–2002 гг. в 11 хоккайдских портов ежегодно заходило по 5–8 тыс. судов-крабовозов, с которых сходило на берег 80–120 тыс. членов экипажей [10]. Японские импортеры крабов и некоторые сервисные компании получали значительные прибыли, а вот жители небольших портовых городов оказались вынуждены нести дополнительную социальную нагрузку, связанную с приемом российских моряков (имеется в виду неизбежное ухудшение общественного порядка и т.п.). Реакция хоккайдских властей на подобную ситуацию запоздала и оказалась недостаточно эффективной. Жители начали самостоятельно принимать меры: так, в г. Момбецу, на востоке Хоккайдо, примерно 90 магазинов и ресторанов из 200, входящих в розничный кооператив, вывели русскоязычные таблички «Только для японцев» [3, с. 73]. Подобные случаи были отмечены также в Отару и Саппоро. Правительство Хоккайдо и местные СМИ уделяли подобным вопросам большое внимание, и все же ряд социальных проблем в портовых городах так и не удалось разрешить.

Приведенные примеры показывают важность бизнеса с Россией для тоямских автодилеров и хоккайдских рыбопромышленников. В то же время они говорят о существовании значительного теневого сектора в автомобильной и рыбной торговле, а также позволяют представить, насколько неоднозначная психологическая атмосфера складывается в некоторых японских регионах вокруг торговых отношений с Россией. Причина этого, вполне возможно, в том, что выгоды и издержки торговли распределены крайне неравномерно. Если анализировать ситуацию в терминах теории общественных финансов, данное явление можно считать классическим случаем переноса части издержек экономической деятельности на посторонних лиц, т.е. примером появления негативных экстерналий. Получается, что плюсы от торговли очевидны для некоторого числа японских компаний и портовых городов, но при этом часть социальной нагрузки переносится на широкий круг посторонних жителей прилегающих территорий. Общественные усилия по перераспределению плюсов и минусов торговли пока либо отсутствуют, либо не приносят желаемых результатов.

По-видимому, отнесение перечисленных проблем к провалам рынка позволяет обосновать необходимость более активного государственного вмешательства, а также рекомендовать такие средства борьбы с негативными экстерналиями, как запреты некоторых видов бизнеса, введение специальных платежей и расширение предложения ряда общественных благ. Все это будет не ограничением возможностей экономической деятельности, а адекватным инструментом устранения провалов рынка.

Различия в восприятии партнеров: асимметричная информация. Последний пример, демонстрирующий возможности применения категорий общественных финансов к анализу современных японо-российских отношений, связан с глубокими различиями в восприятии партнеров. Теория, в частности, утверждает, что неполная информация о потребительских свойствах товара или услуги не позволя-

ет покупателю принять эффективное решение и увеличивает его риск и издержки. Государство обладает недоступными частным предприятиям и отдельным гражданам средствами распространения необходимых сведений, подтверждения репутации продавца и распределения риска среди налогоплательщиков. Именно поэтому проблема недостаточной (асимметричной) информации должна решаться путем государственного вмешательства. Попытаемся взглянуть на ситуацию с восприятием друг друга жителями двух стран под этим углом зрения.

Самое беглое знакомство с проблемой показывает, что имидж Японии и японцев в России разительно отличается от представлений о России и россиянах, существующих в Японии. В этом легко убедиться, взглянув на результаты социологических опросов. Например, на сайте японского МИДа размещена информация о том, что в 2001 г. дружеские чувства к России испытывали 9,7%, а не испытывали – 55,1% опрошенных японцев. В том же году о положительном отношении к Японии заявляли 45%, а об отрицательном – 2% обследованных россиян [7].

В России растет интерес ко всем сторонам японской материальной и духовной культуры, а в Японии складывается совершенно иная ситуация. В принципе, жители развивающихся стран относятся к развитым странам чаще всего с большей симпатией, чем наоборот. Однако в случае Японии и России разрыв в общественном мнении слишком велик, чтобы удовлетвориться этим объяснением. С одной стороны, неприязнь к россиянам неудивительна, ведь на протяжении последних ста лет Япония и Россия гораздо чаще оказывались противниками, чем партнерами. С другой стороны, возникает вопрос: почему же сейчас этот фактор действует только в одной из двух стран? По-видимому, причина кроется в особенностях официальной политики и общественного мнения обоих государств. С японской точки зрения, основания считать Россию «нормальной» страной, имеющей общую с Японией систему ценностей, появились только к середине 1990-х годов [4, с. 21]. Упоминание о России как об источнике военной угрозы исчезло из «Белой книги» японских сил самообороны лишь в 2003 г. Экономические проблемы, война в Чечне, некоторые внешнеполитические шаги, преступность и мафия, контрабанда крабов и воровство подержанных машин в японских портах серьезно повлияли на имидж России. В 2002 г. даже в таких городах, как Саппоро и Ниигата, американские исследователи зафиксировали превалирующее негативное общественное мнение о России и россиянах, которое вряд ли может измениться в ближайшем будущем [1, с. 4].

Разумеется, есть и обратные примеры, особенно в сфере экономики. Так, в 2003 г. из 490 опрошенных японских компаний обрабатывающей промышленности 25 заявили о желании в ближайшие три года начать создание в России производственной базы. По этому показателю Россия переместилась на 10-е место (с 16-го в 2002 г.) и обогнала Сингапур, Гонконг, Чехию и ряд других стран [8, с. 93]. Пробуждающийся интерес со стороны бизнесменов уже отразился на динамике японских инвестиций. В 2003 г. Япония вложила в экономику России 966 млн долл. против 441 млн долл. в 2002 г. Это впечатляющий рост, тем более что по годовому объему прямых инвестиций (817 млн долл.) Япония оказалась на 3-м месте после Кипра и Голландии. В 2004 г. рост взаимной торговли и инвестиций стал не просто значительным, а рекордным. И все же улучшение делового климата пока не привело к соответствующим сдвигам в японской политике и общественном мнении.

Наш пример не связан с распространением сведений о цене и потребительских свойствах каких-либо изделий или услуг. Однако в современном мире имидж страны вполне может иметь рыночную оценку. Именно поэтому, как нам кажется,

различное восприятие друг друга японцами и россиянами можно считать проявлением асимметричности информации. В такой постановке данную проблему логично было бы решать с помощью правительств обеих стран на основе рекомендаций теории общественных финансов.

Проведенный анализ охватывает сравнительно небольшой круг реально существующих проблем японо-российских отношений и может рассматриваться лишь как приглашение к дальнейшей дискуссии. Тем не менее, по нашему мнению, для ряда важных областей взаимодействия Японии и России характерны неудовлетворенность условиями доступа на рынок, распространение нелегальной деятельности, перенесение издержек на посторонних лиц и различия во взаимном восприятии граждан обеих стран. На языке теории общественных финансов это называется провалами рынка, связанными с существованием монополии, теневой экономики, внешних эффектов-экстерналий и асимметричной информации. Такой подход позволяет расширить набор методов научного исследования, убедительно демонстрирует важность государственного вмешательства и позволяет сформулировать следующие рекомендации.

Во-первых, сверхбыстрая либерализация внешних связей в условиях институционального вакуума в России привела к появлению проблем, которые сформировавшийся рынок не может решить самостоятельно. По-видимому, в этих условиях правительство страны-партнера, имеющей более развитые и устойчивые институты власти, должно взять на себя инициативу в расширении межправительственных отношений и организации эффективного государственного вмешательства. Последнее является не менее актуальной задачей, чем расширение и дальнейшая либерализация экономического сотрудничества. Во-вторых, вывод о необходимости согласованных действий правительств обеих стран сделан при помощи экономического анализа. В то же время японо-российские связи известны сложным сочетанием политических и экономических факторов. Если на межгосударственном уровне будет решено действительно отделить политику от экономики, приведенный подход поможет лидерам обосновать этот шаг с помощью объективных и позволяющих «сохранить лицо» экономических аргументов. В-третьих, существующие планы двустороннего сотрудничества необходимо пересмотреть и включить в них меры по ликвидации перечисленных провалов рынка.

В данной статье мы затронули торгово-экономические отношения Японии и России. Однако есть основания утверждать, что постсоветская модель внешнеэкономических связей привела к появлению сходных препятствий во взаимодействии России с целым рядом европейских, азиатских и американских регионов. Вполне вероятно, эти препятствия также придется устранять посредством эффективной государственной политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акаха Ц., Васильева А. Растущее присутствие россиян в японских провинциях (на примере Нигаты и Хоккайдо) // Международная миграция в Северо-Восточной Азии / ред. С.Оцу: сб. статей симпозиума в г. Киото, 25–27 ноября 2002 г. Осака (Япония), 2003. С. 1–4.
2. Белов А.В. Факторы экономической динамики дальневосточных регионов России // Вестн. ДВО РАН. 2004. № 6. С. 14–25.
3. Донай кован тоси то росиа но кэйдзай корю = Портовые города Хоккайдо и экономические отношения с Россией. Саппоро: Ин-т информации при газете «Хоккайдо Синбун», 2001. 88 с. Яп. яз.
4. Кимура С. Нихон дзин но росиа кан, росия дзин но нихон кан = Представления японцев о России, представления россиян о Японии // Гэндай но росиа = Современная Россия. Токио: Дайкуся, 1998. С. 18–31. Яп. яз.

5. Масацу – тюкося юсюцу ниппон ити но мати дэ = Конфликты в городе, занимающем первое место в Японии по экспорту подержанных автомобилей. – www.fujitv.co.jp/b_hp/fnsaward/backnumber/12th/03-274.html.
6. Мотидзуки К. Расширение японо-российских экономических связей // Пробл. совр. экономики. 2004. № 3. С. 131–132.
7. Нитиро канкей ни кан суру исики тэса = Исследование общественного мнения о японо-российских отношениях. – www.mofa.go.jp/mofaj/area/russia/chosa01/kekka.html#3.
8. Номура М. Нитиро бидзинэсу ни мирарэру хэнка то хокуруику тиики но кадай = Изменения в японо-российских деловых отношениях и проблемы региона Хокуруику // Россия сидзэ но хэнкан то тайро бидзинэсу ни кан суру тэса кэнкю = Исследование изменений на российском рынке и деловых отношений с Россией. Токио: Ин-т междунар. торговли и инвестирования, 2004. С. 91–115. Яп. яз.
9. Номура М. Тайро боэки но хэнка то хокуруику = Регион Хокуруику и изменения в торговле с Россией // Джапан си рим трэйд джорнал = Журн. исследований торговли в регионе Японского моря. 2004. № 5. С. 2–5. Яп. яз.
10. Правительство губернатора Хоккайдо. Результаты торговли Хоккайдо. – www.pref.hokkaido.jp/keizai/kz-bkkry/results/results.html.
11. Правительство префектуры Тояма. Торговля префектуры Тояма. – www.pref.toyama.jp/sections/1307/portsales/tuika/boueki-gaikyou-omote.htm.
12. Российский статистический ежегодник. М.: Росстат, 2004. 727 с.
13. Сакагути И. 2004 нэн но росиа дзидося сидзэ = Российский автомобильный рынок в 2004 г. // Month. Bull. on Trade with Russia and East Europe. 2005. N 5. P. 14–21. Яп. яз.
14. Торе Х. Сахарин секио тэннэн гасу пуроджэкто но хоккайдо кейдзай э но имупакуто = Проекты освоения нефти и газа на шельфе Сахалина и их влияние на экономику Хоккайдо // AJEC Report. 2005. Febr. P. 23–30. Яп. яз.
15. Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики. Экономическая теория и политика. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2000. 365 с.
16. 2003 нэн но нитиро боэки = Японо-российская торговля в 2003 г. // Month. Bull. on Trade with Russia and East Europe. 2004. N 4. P. 41–114. Яп. яз.
17. 2004 нэн но нитиро боэки. Сайкогаку о оохаба ни косин = Японо-российская торговля в 2004 г. // Россия тоо кэйдзай сокухо = Оперативная экономическая информация о России и Восточной Европе. 2005. № 25. С. 1–6. Яп. яз.
18. Japan Statistical Yearbook. Tokyo: Statistics Bureau of Japan, 2004. 1084 p.
19. Otake T. Foreigners dominate used-vehicle export trade in Japan // The Japan Times. 2004. Jun., 3. – www.japantimes.co.jp.
20. Roberts P. Tokyo, Beijing lead world into undeclared oil wars // Washington Post. 2004. July, 5.
21. Rozman G. Sino-Japanese competition over the Russian Far East: Is the oil pipeline only a starting point? // Siberia and the Russian Far East in the 21st Century: Partners in the «Community of Asia» / ed. by A.Iwashita. Sapporo: Slavic Eurasian Studies, 2005. Vol. 1. P. 1–20.