

УДК 339.9

ОСОБЕННОСТИ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЯПОНИИ В СТРАНАХ АСЕАН

Мостовая А.С.

*ФГБУН Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, Владивосток,
e-mail: kartashema@gmail.com*

Японские автомобильные корпорации играют важную роль в экономике АСЕАН и внесли значимый вклад в становление и развитие автомобильной промышленности стран региона. В статье рассматриваются особенности размещения японских компаний автомобильной промышленности в регионе АСЕАН, который в настоящее время является самым динамично развивающимся центром автомобилестроения в мире. Анализируются состояние и тенденции сектора автомобилестроения и рынка автомобилей стран АСЕАН, оцениваются внешние (колебания валютного курса, усиление протекционизма в США и т.д.) и внутренние факторы (потенциал рынка, торгово-промышленная политика и т.д.), оказавшие влияние на выбор стратегии и пространственные изменения в размещении предприятий сектора; затрагивается воздействие промышленной политики стран АСЕАН на инвестиции японских автомобильных компаний. Проводится классификация стран АСЕАН по значимости для японских автомобильных компаний. Первая группа стран (Таиланд и Индонезия) с развитой автомобильной промышленностью и большим внутренним рынком являются для японского автопрома стратегическими экспортно-производственными базами регионального и глобального масштаба, имеющими региональные центры НИОКР. Малайзия, страна второй группы, в автомобильном секторе которой ведущие позиции занимают национальные и японские компании, служит важнейшим региональным и глобальным поставщиком комплектующих. Третья группа – Филиппины и Вьетнам с небольшим внутренним рынком – поставщики комплектующих (в том числе трудоемких производств) регионального уровня. Четвертая группа (Мьянма, Камбоджа, Лаос) – страны с наименее развитой экономикой и выгодным географическим положением, не так давно попавшие в зону внимания японских компаний, в которых слаборазвитая автомобильная промышленность представлена фрагментарно, в основном производствами трудоемких комплектующих для стран первой группы.

Ключевые слова: японская автомобильная промышленность, АСЕАН, международная деятельность корпораций, автомобилестроение, японские автомобильные компании, глобальные цепочки производства, Япония

THE CHARACTERISTICS OF SPATIAL ORGANIZATION OF JAPANESE AUTOMOTIVE INDUSTRY IN ASEAN COUNTRIES

Mostovaya A.S.

*FGBUN Pacific Institute of Geography Russian Academy of Sciences Far Eastern Branch, Vladivostok,
e-mail: kartashema@gmail.com*

Japanese automotive corporations play an important role in ASEAN economy and have made a significant contribution into development of regional automotive industry. The paper discusses the spatial characteristics of Japanese automotive companies in ASEAN, the most dynamically developing region of the world. The paper analyzes the current state and tendencies in automotive production and market of the ASEAN countries, determines external (volatility of exchange, increasing of US protectionism and etc.) and internal (market perspectives, national industrial policy and etc.) factors, that had impact on the strategies and location choice of Japanese companies; reviews the effects of the ASEAN countries' industrial policy towards investment decisions of Japanese corporations. The classification of ASEAN countries according their significance for Japanese companies is created. The first group (Thailand and Indonesia) with developed automotive industry and huge market are the strategic export-production bases of regional and global scale with R&D facilities. Malaysia, the second group country with domination of national and Japanese companies in automotive sector, is a key regional and global supplier of parts and components. The third group (Philippines and Vietnam) with small domestic market are the regional suppliers of parts and components (including labour-intensive ones). Forth group (Myanmar, Cambodia, Laos), countries with low-cost economy and geographical advantage that have an underdeveloped automotive industry mainly specialized on labour-intensive parts for the first group countries.

Keywords: Japanese automotive industry, ASEAN, international activity of corporations, automotive sector, Japanese automotive companies, global production chains, Japan

В 1970-е гг. японские автомобильные корпорации сыграли ключевую роль в становлении и развитии автомобильной промышленности стран АСЕАН и по сей день остаются их важнейшими партнерами. Автомобилестроение – движущая сила экономического развития стран АСЕАН – является одним из самых значимых

секторов обрабатывающей промышленности региона (его вклад в ВВП составляет 177 млрд долл., в нем занято 2,4 млн человек) [1]. В настоящее время японские предприятия автомобильного сектора глубоко проникли в экономику стран АСЕАН, их деятельность оказывает огромное влияние на промышленность региона.

Превращению региона в один из центров современного мирового автомобилестроения также способствовала эффективная торгово-промышленная политика, которая на протяжении нескольких десятилетий последовательно реализовывалась отдельными странами. Практически все страны АСЕАН в той или иной степени участвуют в глобальных цепочках производства японских ТНК [2]. В статье мы предлагаем проанализировать развитие и современное состояние автомобилестроения таких стран, как Таиланд, Индонезия, Малайзия, Филиппины, Вьетнам, Камбоджа, Мьянма и Лаос, которые являются стратегически важными в региональном и глобальном отношении центрами для японских ТНК, а также оценить их значимость для японского автомобилестроения с учетом таких факторов, как географическое положение, потенциал рынка и т.д.

Цель исследования – рассмотреть географическую структуру автомобильной промышленности Японии в странах АСЕАН, выявить особенности размещения предприятий сектора, сгруппировать страны по значимости для японских автомобильных ТНК.

Материалы и методы исследования

При написании статьи использовались данные из оригинальных японских источников: отчеты JETRO о деятельности японских компаний за рубежом, материалы Японской ассоциации автопроизводителей JAMA, статистические данные из докладов UNCTAD, финансовых отчетов японских автоконцернов Toyota, Nissan, Honda и др. В исследовании использовались историко-сравнительный, сравнительно-географический методы, статистический, территориальный и отраслевой анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

Для японской автомобильной промышленности страны АСЕАН по значимости можно разделить на четыре группы. К первой группе относятся Таиланд и Индонезия с большим внутренним рынком автомобилей, имеющие статус региональных экспортно-производственных центров ведущих японских автомобильных концернов. Вторая группа представлена Малайзией, единственной страной АСЕАН, которая смогла создать собственный автопром. В третью группу входят Филиппины и Вьетнам, преимущественно специализирующиеся на производстве комплектующих и мелкоузловой сборке (СКД).

Четвертая группа включает Мьянму, Камбоджу и Лаос – страны со слабо развитой автомобильной промышленностью, которые служат вспомогательными базами для стран первой группы.

Страны **первой группы** (Таиланд и Индонезия) служат ключевыми партнерами японских автомобилестроительных компаний в АСЕАН. **Таиланд** является лидером автомобильного сектора региона. В его автомобильной промышленности главным образом конкурируют между собой японские и американские компании, причем доля первых на национальном рынке составляет 85%. Иностранные корпорации ориентированы на разные сегменты тайского рынка: японские компании выпускают пикапы и экологичные автомобили, в то время как американские – полноразмерные и люксовые автомобили. Японские компании начали свою деятельность в Таиланде еще в 1960-е гг., занимаясь производством автозапчастей и осуществляя сборку импортных из Японии СКД-комплектов пассажирских и грузовых автомобилей для местного рынка. Эффективная промышленная политика Таиланда способствовала расширению сферы деятельности японских компаний в экономике страны. В 1969 г. правительство ужесточило требования к локализации контента, установив минимальный порог – 25%. Японские автоконцерны столкнулись с новыми трудностями, поскольку качество местных комплектующих, методы работы и организация доставки не соответствовали их критериям. Для решения этих проблем были привлечены поставщики из Японии, которые продолжили снабжение, учредив собственные предприятия на территории Таиланда. В 1970-е гг. долю локальных комплектующих для легковых автомобилей увеличили до 50%; в 1980-е гг. – до 54%, а для пикапов – до 72%. Рост курса иены во второй половине 1980-х гг. привел к увеличению стоимости ключевых компонентов автомобиля, импортируемых из Японии, что подтолкнуло японские автоконцерны и их субподрядчиков к переносу производства за рубеж, в том числе в Таиланд. В середине 1990-х гг. правительство Таиланда выдвинуло проект «товара-чемпиона» автомобилестроения. Им стал пикап грузоподъемностью 1 т, для стимулирования выпуска которого предлагались налоговые преференции и другие меры поощрения. Эта инициатива вызвала дополнительный приток инвестиций в отрасль. В результате Таиланд вышел на второе место в мире по производству и экспорту

автомобилей данного класса (первое место занимали США). В 2000-е гг. в качестве «товара-чемпиона» был предложен «автомобиль, дружественный к окружающей среде» [3]. Правительство Таиланда, прогнозируя дальнейшее расширение мирового рынка гибридных и электромобилей, стало стимулировать иностранные компании к выпуску «зеленых» автомобилей. Стремление превратиться в глобальную базу по производству экологичных автомобилей позволило Таиланду занять лидирующие позиции в Азии. В начале 2000-х гг. корпорации Toyota, Honda и Nissan изменили свою стратегию в Таиланде, дополнив свои производственные мощности научно-исследовательскими центрами, специализирующимися на новых разработках и изучении маркетинговых стратегий на рынках АСЕАН [4].

Второе место занимает **Индонезия**, автомобильный рынок которой привлекает японские корпорации, несмотря на значительно отстающий от других стран АСЕАН уровень автомобилизации (87 а/м на 1000 человек). В стране растет доля среднего класса, что открывает новые перспективы для дальнейшего развития рынка [1]. Согласно данным Индонезийской ассоциации автомобилестроения (Gaikindo), японские корпорации контролируют 98% автомобильного рынка Индонезии, где безусловным лидером является Toyota, за которой следуют Daihatsu, Honda, Mitsubishi и Suzuki [5]. Японские компании всегда оперативно реагировали на инициативы правительства Индонезии: в 1970-е гг. Toyota и Daihatsu одними из первых стали сотрудничать с индонезийской компанией Astra International в области дистрибуции автомобилей на индонезийском рынке. В 2010 г. власти Индонезии предложили налоговые льготы компаниям, которые будут использовать не менее 80% местного контента при производстве экологичных автомобилей. Для рынка Индонезии компании Toyota, Daihatsu, Honda, Nissan и Suzuki разработали бюджетные экологичные модели автомобилей, завоевавшие популярность у местного населения (22% рынка). Автомобильная промышленность в Индонезии отличается высоким уровнем концентрации производства: основная часть предприятий отрасли сосредоточена в провинции Западная Ява. Характерной особенностью отрасли является сдвиг в сторону внутреннего потребления (90% продукции идет на внутренний рынок), в общем показателе экспорта высок удельный вес комплектующих, а доля автомобилей незначительна.

Вторую группу представляет **Малайзия**, которая занимает третье место в регионе по выпуску продукции автомобилестроения [1]. Автомобильный сектор страны в основном обслуживает внутренний рынок. Это единственная страна АСЕАН, в которой национальные компании контролируют значительную долю рынка – около 50% от общего показателя в 2018 г. [3]. Оставшуюся долю рынка делят между собой японские автоконцерны Nissan, Toyota, Mitsubishi и Mazda. Два малайзийских автопроизводителя – Perodua и Proton – имеют прочные позиции на внутреннем рынке. Тем не менее, национальный автопром развивается медленными темпами, что вызвано слабостью в технологическом и маркетинговом отношении, а также отсутствием конкуренции. Интересы национальных производителей комплектующих также тщательно охраняются и поддерживаются государством. Малайзийские компании пока не смогли выйти на глобальный рынок автомобилей и интегрироваться в глобальные цепочки стоимости, поскольку Малайзия менее конкурентоспособна по критериям стоимости, эффективности и технологиям в автомобилестроении, чем Таиланд и Индонезия. Компания Perodua была учреждена в 1993 г. как совместное предприятие с японской компанией Daihatsu. Perodua продолжила активно развивать собственные НИОКР на основе технологий, полученных от японского партнера, и учредила научно-исследовательский центр для собственных разработок.

Страны **третьей группы** – Филиппины и Вьетнам – имеют недостаточно развитую производственную базу и специализируются преимущественно на выпуске комплектующих для сборочных предприятий стран АСЕАН. **Филиппины** имеют небольшой автомобильный рынок, поэтому иностранные компании, функционирующие в этой стране, в основном производят автозапчасти и компоненты. Масштабы производства также небольшие, поэтому производители вынуждены в большей степени ориентироваться на внутренний, а не на региональный или мировой рынок. Из-за ограниченного производства компании не могут использовать эффект масштаба, что ведет к сдерживанию развития национальной системы поставщиков сектора, которые, в свою очередь, также сталкиваются с проблемой экономии масштаба, что ведет к росту стоимости комплектующих. Из-за высоких производственных издержек стоимость автомобилей, произведенных внутри страны, выше, чем стоимость импортных. Спрос на импортные

автомобили растут, поскольку цены на них более выгодны местным потребителям. В результате образуется порочный круг, ведущий к малым масштабам производства внутри страны. Перед филиппинской автомобильной промышленностью возникает угроза ухода с рынка иностранных сборочных и субподрядных компаний и роста импорта поддержанных автомобилей. Значение автомобильной промышленности для экономики страны незначительно. В нем заняты всего 66 800 человек (для сравнения: в Таиланде – 525 000 человек, в Индонезии – 445 000 человек, в Малайзии – 250 000 человек) [1]. Сборочное производство представлено в основном заводами японских концернов Toyota, Mitsubishi, Mazda, Nissan и Isuzu. Филиппины являются поставщиком электропроводки для стран АСЕАН, а также компонентов ДВС в Японию, Таиланд, США, КНР и Индонезию. В 2017 г. экспорт комплектующих и компонентов составлял 99% от общего показателя экспорта сектора.

Во **Вьетнаме**, несмотря на большое население (97,04 млн человек), автомобильный сектор не играет значимой роли в промышленности. Доля Вьетнама в автомобильном рынке АСЕАН очень мала – 7,5%. Скромный внутренний спрос на автомобили сдерживает развитие производителей автокомпонентов и комплектующих, а также негативно отражается на секторе в целом. Вьетнам, вступивший в АСЕАН в 1995 г., начал создавать свою промышленность в 1990-е гг., намного позднее других стран региона. Тем не менее, правительство прилагает усилия для развития отрасли, и страна постепенно включается в создание региональных цепочек стоимости [6]. Уровень автомобилизации один из самых низких в регионе – 16 а/м на 1000 человек (для сравнения: Малайзия – 341, Таиланд – 195, Индонезия – 55). В то же время иностранные производители рассчитывают на потенциал вьетнамского рынка, который будет увеличиваться за счет спроса на автомобили со стороны представителей среднего класса, составляющего 52% населения. Технологически сложные и функциональные компоненты и узлы, используемые для сборочных предприятий, импортируются через головные компании или иностранных поставщиков. Главными препятствиями для развития национального автопрома Вьетнама являются слабая производственно-техническая база, низкий уровень сотрудничества местных поставщиков с иностранными компаниями, обладающими передовыми технологиями. На автомобильном рынке

Вьетнама доминируют японские и корейские компании. Одним из лидеров сектора является совместное предприятие Toyota Motor Vietnam, основанное в 1995 г., которое выпускает более 30 тыс. ед. автомобилей в год.

Четвертая группа стран с наименее развитой автомобильной промышленностью включает Мьянму, Лаос и Камбоджу [7]. Между странами происходит конкурентная борьба за инвестиции в отрасль, а также присутствует ценовая конкуренция в оплате труда. Иностранные компании, реагируя на повышение уровня заработной платы, с целью сокращения трудовых затрат перемещают производства внутри региона. **Мьянма** слабо интегрирована в автомобильную промышленность АСЕАН, однако она обладает целым набором факторов, привлекающих для инвесторов и способствующих дальнейшему развитию отрасли: растущий внутренний рынок автомобилей, наличие «дешевых» трудовых и натуральных ресурсов. Еще одно преимущество обусловлено выгодным географическим положением Мьянмы, соединяющей Китай и Индию, страны с крупнейшими в мире автомобильными рынками, а также соседством с главными производственными базами стран АСЕАН – Таиландом и Индонезией. Препятствиями для развития автопрома могут стать рост уровня заработной платы при сохранении низкой производительности труда и слабая инфраструктура. Страна долго оставалась закрытой, вследствие чего автомобилестроение в Мьянме находится на самой ранней стадии развития, тем не менее, попытки властей привлечь инвестиции иностранных автомобильных ТНК являются наиболее успешными в сравнении с попытками Камбоджи и Лаоса. Совместные предприятия государственного сектора и японских ТНК (Suzuki, Nissan, Toyota) занимают доминирующее положение в отрасли, небольшое серийное производство специализируется на мелкоузловой сборке комплектов, импортируемых из других стран. Автомобилестроение географически сконцентрировано в СЭЗ Тилава в г. Янгон. Незначительный объем производства автомобилей не позволяет компаниям использовать эффект масштаба и конкурировать в ценовом аспекте с импортными автомобилями. Производство комплектующих и компонентов незначительно, сборочные производства зависят от зарубежных поставок, цены на комплектующие внутри страны растут. Если такая ситуация будет сохраняться, то Мьянма может пойти по пути Филиппин.

Автомобилестроение в Камбодже находится на ранней стадии развития и представлено в основном производством комплектующих. Японские корпорации учреждают в Камбодже филиалы своих тайландских и вьетнамских предприятий. Эти филиалы, функционирующие в приграничных СЭЗ, экспортируют произведенные здесь комплектующие на головные предприятия в Таиланде и Вьетнаме. В стране действует около 35 японских компаний, крупнейшими из которых являются Denso, Minebea, Sumitomo Wiring Systems, Yazaki, Suzuki, Yamaha, Toyota Tsusho [4]. В 2015 г. власти Камбоджи, стремясь включить страну в региональные и глобальные производственные сети мирового автопрома, определили автомобилестроение в качестве одного из приоритетных для развития секторов промышленности. Для повышения качества трудовых ресурсов был принят среднесрочный план по созданию технических школ, в которых, кроме стандартного среднего образования, были предусмотрены курсы по сборке и ремонту автомобилей и мотоциклов. Остальные меры правительства, такие как модернизация малых и средних предприятий, создание СЭЗ и промышленных зон, относились к промышленности в целом.

Автомобильная промышленность Лаоса находится на самой низкой стадии развития в этой группе. Здесь никогда не существовало сборочных производств, страна является чистым импортером автомобилей. Иностранные ТНК с недавнего времени начали создавать в Лаосе свои заводы, которые должны дополнять их производство в Таиланде. Иностранцев привлекают низкооплачиваемые трудовые ресурсы и выгодное географическое положение рядом с Вьетнамом и Таиландом. В страну переносят производства трудоемких комплектующих с целью сократить трудовые затраты [3].

Заключение

Япония занимает ключевые позиции в автомобилестроении АСЕАН и имеет здесь самые развитые торгово-производственные сети. Сильная вовлеченность японских компаний в автомобильную промышленность АСЕАН была обусловлена целым рядом экономических и политических факторов: успешной торгово-промышленной политикой отдельных стран, либерализацией торговли в регионе, усилением протекционизма в США и европейских странах, угрозой введения американских санкций против КНР и, как следствие, поиском альтернативных мест для зарубеж-

ного производства, благоприятными условиями для развития японской промышленности в рамках межгосударственных и региональных соглашений [8, 9]. Степень участия и влияния японских компаний на автомобильную промышленность и экономику варьируется по странам, уровень промышленного развития которых заметно отличается. Таиланд и Индонезия – страны первой группы, центры регионального значения с развитой структурой автомобильного сектора с большим внутренним рынком автомобилей, имеют длительную историю сотрудничества с японскими автомобильными компаниями и высоким уровнем зависимости от их деятельности. Вторая группа представлена Малайзией, в автомобилестроении которой ведущие позиции занимают национальные и японские компании, находящиеся в постоянном взаимодействии. В странах третьей группы – на Филиппинах и во Вьетнаме – в силу низкого технологического уровня производственно-технической базы автопрома и ограниченных возможностей внутреннего рынка японские компании специализируются на мелкоузловой сборке (СКД) для внутреннего рынка и производстве комплектующих для экспорта в другие страны АСЕАН. Страны четвертой группы – Мьянма, Камбоджа и Лаос – наиболее отсталые страны АСЕАН с неразвитой автомобильной промышленностью, ориентированные на выпуск трудоемких комплектующих для японских компаний в Таиланде и Индонезии.

Исследования проведены в ходе выполнения государственного задания по теме «Географические и геополитические факторы в инерционности, динамике и развитии разноранговых территориальных структур хозяйства и расселения населения Тихоокеанской России», № АААА-А16-116110810013-5 (Раздел 1).

Список литературы

1. ASEAN Investment Report 2018: Foreign Direct Investment and the Digital Economy in ASEAN // UNCTAD. [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/unctad_asean_air2018d1.pdf (дата обращения: 30.04.2021).
2. Мостовая А.С. Прямые иностранные инвестиции Японии на рубеже 2000-х гг. (1996 – 2007) // Проблемы Дальнего Востока. 2009. № 3. С. 74–81.
3. Global Value Chains in ASEAN Automobiles 2020 // The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). [Электронный ресурс]. URL: https://www.asean.org/ja/wp-content/uploads/sites/2/GVC_Automobiles_Paper-12_January-24-2020-web_edited.pdf (дата обращения: 12.05.2021).
4. The Motor Industry of Japan 2018 // Japan Automobile Manufacturers Association (JAMA). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jama.org/wp-content/uploads/2018/07/mij2018.pdf> (дата обращения: 02.05.2021).

5. Interactive Data & Visualization: A. INDONESIA – Market & Production by Total. 1. Domestic Auto Market & Production (2016) // The Association of Indonesia Automotive Industry (GAIKINDO). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gaikindo.or.id/en/domestic-auto-market-production-2016/> (дата обращения: 05.05.2021).

6. Anh V. Decree 116 moves foreign car makers to expand production in Vietnam? // Vietnam Investment Review under the Ministry of Planning and Investment. 2018. June 14. [Электронный ресурс]. URL: <https://vir.com.vn/decre-116-moves-foreign-car-makers-to-expand-production-in-vietnam-60107.html> (дата обращения: 06.05.2021).

7. World Investment Report 2018: Investment and New Industrial Policies // UNCTAD. [Электронный ресурс]. URL:

https://unctad.org/system/files/official-document/wir2018_en.pdf (дата обращения: 02.05.2021).

8. JETRO Global Trade and Investment Report 2018: Global Economy Connected via Digitalization Key Points // Japan External Trade Organization (JETRO). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.jetro.go.jp/en/news/releases/2018/77fd93c565ffb27a.html> (дата обращения: 03.05.2021).

9. Agreement on the Common Effective Preferential Tariff Scheme for the ASEAN Free Trade Area // The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). [Электронный ресурс]. URL: https://asean.org/storage/images/2012/Economic/AFTA/Common_Effective_Preferential_Tariff/Agreement%20on%20the%20Common%20Effective%20Preferential%20Tariff%20Scheme%20for%20the%20ASEAN%20Free%20Trade%20Area.pdf (дата обращения: 17.05.2021).