

С. А. Антипин²

ВЛИЯНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ. ФЕНОМЕН ЭКОНОМИЧЕСКОГО УСПЕХА КИТАЯ

Китайская экономика выходит на первое место в мире, обгоняя экономику США, уже в 2014 году. Ранее делались прогнозы, что это произойдет лишь к 2020 году. Серьезные успехи хозяйственного развития Китая, решение многих социально-экономических проблем вызывают естественный интерес к изучению китайского общества, менталитета жителей Поднебесной и возникшей на этой базе новой, весьма успешной экономической модели.

Успех Китая неслучаен. В китайской цивилизации представление о жизни тесно связано с рынком. С древних времен жизнь в Китае представлялась в виде отношений кредитора и заемщика. Согласно традиционным верованиям в начале жизненного пути человек получал кредит из «небесной сокровищницы» в виде некоторого количества энергии и умирал, когда кредит был потрачен целиком.

Бумажные деньги впервые появились в Китае. Сначала в качестве ритуала их сжигали на похоронах умерших как прототип денег, сделанных из драгоценных металлов. Якобы в загробном мире умершие родственники могли ими воспользоваться.

Важная особенность отношения китайцев к жизни, не имеющая аналогов в других странах, это отношение к ней как к прообразу торговли. Другими словами, для них важна меновая стоимость, а потребительной стоимости в их представлениях не было места. Вместе с тем для китайцев деньги без жизни — ничто. Однако деньги в китайском обществе являются главным выражением и мерилем любви и солидарности в рамках семьи. Здесь первостепенное значение придается материальным интересам. Китайские родители дарят детям на Новый год красные конверты с деньгами, давая им наглядный урок важности денег как личной симпатии. Деньги в различных видах дарят в качестве талисманов на праздники.

В целом же китайская культура не придает исключительного значения ни чистому капитализму как безграничному накоплению капитала, ни предрасположенности к непроизводительным расходам или, наоборот, культу сокровища, характерному для докапиталистической эпохи. Жизненному укладу и менталитету китайцев свойствен некий баланс денежной экономики, трудового процесса и переживания жизни как таковой. Например, китайские торговцы традиционно склонны снижать цены за счет более быстрого оборота капитала (следовательно, и больших усилий) и довольствоваться даже незначительной прибылью; китайцы готовы

² Заместитель генерального директора Института исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, доктор экономических наук, профессор.

работать почти круглые сутки без выходных и праздников (единственное исключение — недельный отдых на Новый год). Современные китайские предприниматели любят подчеркивать, что истинная мера жизненного счастья — это работа, которая одновременно приносит доход и моральное удовлетворение. Очевидным фактом является то, что китаец умеет находить интерес в любой работе и потому прилежно ее выполняет. Где есть неподдельная личная заинтересованность и хорошие навыки, там легко появиться и общественному, и экономическому успеху. Отсюда и высокая конкурентоспособность китайских предприятий и магазинов там, где есть китайские общины.

Китайцы всегда делали акцент на способности человека жить совместно с другими людьми и находиться с ними во взаимовыгодном обмене, считая это самым естественным свойством человеческого сознания. Обращение денег и финансов китайцы уподобляли циркуляции жизненной энергии в организме: чем свободнее осуществляется это обращение, тем больше пользы для всего общества. По китайским представлениям, жизнь нужно использовать для того, чтобы зарабатывать деньги, а чтобы жить воистину — нужно быть богатым. Уравнение вовсе не самое очевидное и даже противоречащее здравому смыслу и законам экономики. Первое учит, что «не в деньгах счастье», а второе требует признать, что деньги должны делать деньги. Китайцы же бессознательно попытались совместить экономическую абстракцию и жизненную конкретность. В результате они поставили некий жесткий предел своему историческому развитию, но сумели избежать одной жгуче-острой проблемы, преследующей западную цивилизацию, — проблемы разрыва между меновой и потребительной формами стоимости, «сущностью» и «обменом».

Если присмотреться внимательнее к китайскому жизненному идеалу, не трудно обнаружить в нем поразительные параллели собственно коммерческой деятельности. Китайцы традиционно считают высшей ценностью не что иное, как «питание жизни» («ян шэн»). Соответственно они стремятся использовать все возможности и средства для улучшения качества жизни, повышения духовной чувствительности или, говоря в понятиях китайской традиции, «накопления жизненной энергии». Последнее, очевидно, выступает как своеобразный аналог капитала, в котором и воплощается как нельзя более естественный жизненный идеал китайцев: получение от жизни как можно более чистого и здорового удовольствия. Способы получения этого удовольствия бесконечно разнообразны и охватывают решительно все стороны и даже все нюансы человеческой практики, особенно примечательно в этом отношении представление китайцев о сексуальной практике: последнее трактовалось как способ увеличения запасов семени в организме мужчины, что укрепляло его жизненные силы и, в конечном счете, способствовало рождению многочисленного и здорового потомства.

В старом Китае бытовало понятие «управление жизнью», а менеджерская и предпринимательская деятельность неизменно воспринимается китайцами как условие жизненного счастья. В социальном плане той

областью, в которой для китайцев сходится богатство и счастье, стало семейное и клановое единение индивидуальной жизни. Уточняя сказанное выше, заметим, что деньги в Китае ценятся в той мере, в какой их можно конвертировать в здоровое и радостное самочувствие жизни, но взятое не в форме поверхностного и безнравственного гедонизма отдельных лиц, а в глубине родовой мощи и подчиненное моральному императиву. В хозяйственной жизни традиционное отношение китайцев к богатству предстает как хозяйская рачительность, которая в узких рамках повседневности кажется крепко поставленной бережливостью, даже скупостью. Во всяком случае, китайские общества отличаются самой высокой в мире нормой сбережений. На рубеже 1990-х годов, по данным социологических опросов, среди студентов разных стран наибольшее значение бережливости придавали молодые люди в Китае. По некоторым данным уровень сбережений среди жителей Пекина достигает 70 % — фантастическая цифра по западным понятиям.

Возможно, следуя этой традиции, много лет в Китае поддерживалось «двойное положительное сальдо» (по счету текущих операций и по счету движения капитала), валютные резервы страны очень быстро росли: со 165,6 млрд долларов в конце 2000 года до 818,9 млрд на конец 2005-го. В марте 2006 года КНР по этому показателю опередила Японию и вышла на первое место в мире, а на конец июня 2009 года китайские резервы достигли астрономической цифры — 2131,6 млрд долларов. В результате Китай оказался одним из крупнейших в мире экспортеров капитала по официальной линии: только в 2008 году страна увеличила вложения в американские казначейские облигации с 477,6 млрд до 727,4 млрд долларов и стала крупнейшим кредитором США.

Многие специалисты считают, что успехи китайской экономики связаны с доступом к недорогому труду талантливых людей на всех уровнях. С этим нельзя не согласиться, однако это лишь одна составляющая успеха Китая. Помимо этого китайское правительство сумело организовать для своих предпринимателей свободный доступ к государственной и интеллектуальной собственности по низкой цене. Китай сумел обеспечить самостоятельность и разумную меру ответственности в сочетании с материальной заинтересованностью менеджменту своих предприятий.

Китайские менеджеры могут обогатиться, создав успешную глобальную компанию, вместе с тем государственные органы помогают им смягчить последствия неудачных решений.

Важным обстоятельством, способствующим успеху КНР, стала глобализация мировой экономики. Она создала преимущества для развивающихся стран, поскольку знания, технологии и комплектующие стали более мобильными и доступными для них. В мире, состоявшем из отдельных рынков, защищенных таможенными барьерами, различными торговыми запретами, товары и информация распространялись медленно. Это создавало виды конкуренции, отличные от нынешних — глобальных. В настоящее время товары и информация распространяются по миру мгновенно.

Подобно тому, как они впервые в мире использовали реактивный двигатель, китайцы оказались на данном этапе сильнее других в использовании возможностей логистики издержек. Их опыт, безусловно, заслуживает глубокого изучения ведущими мировыми компаниями, поскольку их собственная стратегия вымостила китайцам путь к успеху. Например, стремление получения комплектующих из-за рубежа, модульность товаров и услуг, «глобальная экономика знания», более доступный рынок талантливых специалистов и профессиональных услуг, а также растущая возможность скупать иностранные компании. Помимо вышеизложенного особенность подхода китайских компаний к конкуренции состоит в следующем:

— потребителю предлагается высокая технология по низкой цене;

— предлагается большой выбор товаров в том сегменте, который раньше считался стандартизованным массовым рынком;

— китайские фирмы применяют метод стоимостной инновации.

Однако наибольшее значение в деле обеспечения ускоренного экономического роста китайской экономики, на наш взгляд, имеет хорошо продуманная «стратегия выхода за рубеж», а точнее новые формы конкуренции, которые заслуживают глубокого изучения как с позиции фундаментальной экономической науки (экономической теории), так и с позиции прикладных экономических наук, особенно логистики. Эта стратегия позволила китайским фирмам за короткий промежуток времени добиться впечатляющих результатов.