

عمده فروشان و خرده فروشان واحدهای رقابتی مستقلی نیستند. بیشتر مغازه داران خرده فروش کالاها را مصرفی بادی، در حقیقت، به مقاطعه کاران فرعی سازندگان ژاپنی شباهت دارند. سازندگان ژاپنی، سرمایه و در صورت لزوم اطلاعات فنی در اختیارشان می گذارند. کاپرتسوی توزیع از غرب تقلید شد، اما انواع ژاپنی آن فوق العاده قویتر از آب درآمد و دامنه گسترش آن بیشتر است. توسعه کاپرتسوها، که مهمترین ابزار کنترل بازار ژاپن هستند، در طول نیمه دوم دهه ۱۹۵۰ آغاز شد و پیشرفت استقرار آنها تا اواخر دهه ۱۹۸۰ ادامه داشت. آنها به تحکیم مواضع انحصار چند قطبی ژاپن بسیار کمک کرده اند و وجودشان برای تثبیت سراسری قیمتها لازم بوده است. نوآوریهای زیادی که مورد استفاده قرار گرفت تا کنترل شرکتهای خیلی بزرگ را افزایش دهند، اتحادیه های عمده فروشان را در برمی گیرد که اعضای آنها مکلفند موجودی محصولات رقابتی خود را محدود سازند. فراشد توزیع، در حقیقت، ماشینی شده است برای عرضه کالاها به بازار که فرمان آن در دست سازندگان و تولیدکنندگان است.^{۶۱} این نظام توزیع به رشد و توسعه صنعت الکترونیک مصرفی ژاپن بسیار کمک کرده است.

از هنگامی که موانع ارزی و تعرفه ای برداشته شده، اتحادیه های توزیع و اتحادیه های بازرگانی، که اکثراً عضو غیر ژاپنی نمی پذیرند، ضامن این بوده اند که سازندگان ژاپنی در بازار کشور خود رقیبان خارجی نخواهند داشت. آن دسته از محصولات مصرفی که بوسیله اعضای اتحادیه (کاپرتسو) تولید یا توزیع نمی شود - و طبیعی است که بیشتر کالاها را در برمی گیرد - به بازارهای معمولی ژاپن راه نمی یابد زیرا تنها راهی که به سوی مصرف کننده دارد از مجاری معین و خاصی می گذرد که به طور معمول دو برابر و گاه حتی چهار برابر ارزش واقعی بازار را روی آن می گذارند. آنگاه که بازار عمده جدیدی به مخاطره بیفتد، مانند تجهیزات مخابرات و ارتباطات راه دور، نخست صنایع ژاپن اجازه می یابند تا مواضع انحصار چند قطبی خود را مستحکم سازند، و بعد از آن است که به برخی محصولات رقابتی خارجی سهمی در بازار اعطا می شود. این الگو در سال ۱۹۳۶ به وجود آمد که کیشی قانونی را تدوین کرد و آیوکاوا در پشت صحنه از آن حمایت نمود. این قانون فعالیتهای سازندگان خارجی اتومبیل را در ژاپن محدود می کرد. فورد و جنرال موتورز در سالهای آخر دهه ۱۹۲۰ مونتاژ خودرو را در ژاپن آغاز کردند. تا سالهای میانه دهه ۱۹۳۰ شرکتهای آمریکایی حدود دو سوم بازار اتومبیل ژاپن را به دست گرفته بودند، زیرا ارزش ژاپن برخلاف میل خود دریافته بود که در جبهه چین خودروهای فورد از هر نوع خودرویی که سازندگان ژاپنی با حمایت دولت می ساختند مطمئن تر است. روش کیشی در حمایت از «صنایع مهم»، با الهام از دو سفر مطالعاتی او به آلمان، اجازه تأسیس شرکتهای تویوتا و نیشان را در پی داشت. فورد مجبور شد برنامه توسعه ظرفیت خود را کنار بگذارد. زندگی آنقدر برای هر دو شرکت آمریکایی دشوار شد که تقریباً دو سال پیش از واقعه پرل هاربور (بندر مروارید) عملیات تولید خود را در ژاپن متوقف کردند.^{۶۲}

افسانه زوال کنترل

درك نادرست بسیار رایجی وجود دارد مبنی بر اینکه تحولات غیر قابل کنترل و اجتناب ناپذیر باید تغییرات ساختاری مهمی را در پی داشته باشند. ناظران خارجی یکی پس از دیگری به این نتیجه می رسند که «همدستی دولت در اقتصاد» یا «Japan Inc.» در حال زوال است و روزهای نظارت دولت بر صنعت سپری شده است. در طیف وسیعی فکر می شود که توسعه اقتصادی جهانی در دهه ۱۹۸۰، همراه با پیشرفت و پیچیدگی روزافزون بانکها و شرکتهای ژاپنی و انتقال فرآیندهای تولیدی کارگر - بر به بازارهای کار ارزان خارجی، توانایی بوروکراتها را در کنترل بخش غیر دولتی کاهش می دهد. مقامات دولتی ژاپن که از انتقاد خارجیا درباره کنترل تجارت به تنگ آمده اند، این نظرها را می ستایند و به انتشار آن کمک می کنند.

۱۹۳۰ از راه ایجاد محدودیتهای ارزی در برابر واردات کالاها خارجی مورد حمایت قرار گرفته بود. اما مقامهای دولتی می دانستند که اگر ژاپن بخواهد به عضویت باشگاه کشورهای دارای بازار آزاد پذیرفته شود و به مشارکت کامل خود در اقتصاد بین المللی ادامه دهد «آزادسازی تجارت» اجتناب ناپذیر خواهد بود. آزادسازی واردات زیر فشار خارجی، دست کم روی کاغذ، در تابستان ۱۹۶۳ به ۹۲ درصد رسید و ژاپن را قادر ساخت تا به عضویت کامل گات درآید و با پیوستن به سازمان همکاری و توسعه اروپا نخستین عضو آسیایی باشگاه کشورهای پیشرفته صنعتی باشد.^{۵۸}

از این تحول نامطلوب، مانند تحولات پیشین، با موفقیت بهره برداری شد. شیخ تهدید خارجی، بخشهای ماشین آلات صنعتی، شیمیایی و اتومبیل را سخت به دست و پا انداخت و وادارشان کرد تا کارخانه های خود را نوسازی کنند و با شتاب هر چه تمامتر به طرحهای جدید روی آورند. کاپرتسو از راه افزایش میزان مالکیت متقابل، مناسبات داخلی خود را تحکیم بخشید و این واکنشی بود در برابر برنامه آزادسازی تجارت.^{۵۹} هدف گروه بندیهای صنعتی که سبب تحکیم مواضعشان می شد این بود که بتوانند در بخشهای آینده دار جدید، شرکتهای تازه ای تأسیس کنند و اطمینان یابند که بر هر نوع رقابت خارجی پیروز می شوند.

آزادسازی تجارت در عمل بی ضرر از آب درآمد. وضع ژاپن در مورد مواد خام بهتر شد، و تنها زغال سنگ این کشور آسیب فراوان دید. تغییر مقررات بدون فقط در زمینه هایی صورت گرفت که ژاپن می توانست در سطح جهانی رقابت کند. در بخشهایی، نظیر تولید سواری، کامپیوتر و ماشین آلات سنگین، که ژاپنها می خواستند دست صنایع نوزاد را بگیرند، پیش بینی شده بود که «آزادسازی» به تدریج صورت گیرد. و وزارت صنایع و بازرگانی خارجی بدون قانون اما با «رهنمودهای دولتی» فراوانی که در اختیار داشت از «همکاری بخش دولتی و غیر دولتی» نهایت استفاده را کرد.

هنگامی که طوفان «آزادسازی» بالاخره فرو نشست، این نوع همکاری آنقدر زیاد بود که ساختارهای حمایتی با اینکه حمایتی قانونی را از دست داده بود، برجای باقی ماند. با اینکه زمینه های مشمول آزادی تجارت روی کاغذ، میدان رقابت آزاد بین المللی بود، مقامات دولتی مطمئن بودند که هیچ نوع تهدیدی از سوی محصولات خارجی ارزانتر متوجه تولیدکنندگان داخلی نیست، زیرا ابزارهایی را در دست داشتند که بعدها به موانع غیر گمرکی معروف شد. وقتی بر اثر انتقادهای شدید و پی در پی خارجی در اواخر دهه ۱۹۷۰ و اوایل دهه ۱۹۸۰ طرحی اجرا شد تا این موانع غیر گمرکی را بر طرف سازد، ساختاری که ایجاد شده بود چنان استوار و نفوذناپذیر سرجای خود ایستاد که طرح یاد شده تأثیری بر واردات نبخشید.

حمایتگری ساختاری

با اینکه تحولات اقتصادی ژاپن را نیروهای بازار تعیین نمی کنند، اما بازار در دست دیوانسالاران وزارتخانه ها و فدراسیونهای اقتصادی، ابزار مهمی برای تعقیب هدفهایشان است. دخالت دولت ژاپن در امور اقتصادی را اخیراً «ایجاد هماهنگی در بازار» عنوان می کنند، تا آن را از دخالت شدید از نوع شوروی که برنامه ریزانش متحدان آزاد غیر دولتی را نمی پذیرند، متمایز سازند. اما صحنه بازار منشأ بی ثباتی و بی اطمینانی بوده و بنابراین مسئله بالقوه ای برای مقامات دولتی است؛ نهادی عمده برای کاهش بی اطمینانی «کاپرتسوی توزیع» است. کاپرتسوی توزیع تاروپودی است از مناسبات بازدارنده که دست عمده فروشان و خرده فروشان را در دست کارخانه دار یا تولید کننده خاصی می گذارد. جمع شبکه های توزیع کاپرتسو چیزی را می سازد که مقامات ژاپنی و کسانی که قصد صادرات کالا به ژاپن را داشته اند و ناکام مانده اند آن را «نظام توزیع پیچیده ژاپن» نام نهاده اند. این عبارت، گمراه کننده است. نظام توزیع پیچیده نیست؛ نیرنگی در کار است.

ثابتی را می توان ردیابی کرد. صنعت ژاپنی امروز در اوج فراشدهی است که خیلی پیش از جنگ، با جدایی مالکیت از مدیریت آغاز شد؛ آنگاه که خانواده های زایبانتسو، بانتو (banto) یا مدیران حرفه ای را استخدام کردند تا شرکتهای متعلق به مجتمه هایشان را اداره کنند.^{۶۳} تجلیل و اکرام فراوان مدیر در دوره بعد از جنگ تقریباً به بوروکراتیزه شدن کامل مؤسسات اقتصادی بزرگ انجامیده است. درحالی که، انحلال زایبانتسو به دست آمریکا، که پس از اشغال صورت گرفت، مالکیت را اگر به کلی منتفی نکرد تقریباً نامرئی ساخت. معدودی شرکت بزرگ که هنوز با رهبران نیرومند پایه گذار اداره می شوند اکنون کم و بیش به حالت حاشیه ای و پیرامونی درآمده اند. آن پایه گذاران صنعت دوران میجی و تایشو خیلی وقت است که از یاد رفته اند. امروز، پایه گذاران و کارآفرینان پرتوانی را که در تلاش دستیابی به ثروت هستند فقط در شرکتهای کوچک یا متوسط، یا حداکثر، در چند شرکت بزرگی می توان دید که جایگاه پایانشان در سلسله مراتب «زایکایی» (دنیای صنعت و تجارت و بانکداری بزرگ) مرتب به آنها گوشزد می شود.

با اینکه به ظاهر بین شرکتهای ژاپنی و غربی شباهتی وجود دارد، شرکتهای غربی هنوز به همان میزانی که جوابگوی سهامداران خود هستند، «مالک» دارند. پس از جنگ، شرکتهای ژاپنی از راه مقررات مالیاتی و دیگر مقررات از تأمین سرمایه در بازارهای عمومی با فروش سهام و اوراق بهادار به شدت منع شده اند و سود سهامی که به سهامداران پرداخت می شود از همه جای دنیا کمتر است. در دهه ۱۹۷۰ شرکتهای صدر لیست بازار بورس توکیو به طور متوسط ۱/۵ درصد سود می پرداختند. همان طور که گفتیم، شرکتهای عضو بک مجتمع، سهامدار یکدیگر هستند. بانکها به ویژه، مقادیر زیادی از سهام مشتریان خود را در دست دارند؛ اولویتهای بانکهای ژاپنی با اولویتهای سهامداران غربی به کلی متفاوت است. در ژاپن رؤسای شرکتهای، به جای اینکه سهامداران عمده را موی دماغ خود ببینند که وادارشان می کنند مراقب افزایش سود شرکت باشند، باید به طرحهای توسعه ای بیندیشند که مورد توافق آنان و بانکدارانشان قرار گرفته است.

انتقال از کارفرمای صاحب کار به مدیر، با انتقالی تدریجی از دنبال سود رفتن به سوی افزایش سهم بازار شرکت همراه بوده است. در فضای شرکتهای غربی تعقیب سود و توسعه سهم بازار، هر دو، محترم شمرده می شود و البته به هم مربوط است. آنچه مورد ژاپن بعد از جنگ را مستثنی می کند، این است که شرکتهای ژاپنی این امکان را دارند که به مدت های طولانی از سود چشم بهوشند و همه منابع خود را به پای توسعه سهم بازار بریزند. تأکید ورزیدن بر فتح بازارها و اینکه بتوان چنین کاری را به بهای کاهش سود کرد، چیزی است نسبتاً نوظهور. در اثنای مرحله اول توسعه صنعتی در دوران میجی، مقامات دولتی کارآفرینان را تشویق می کردند تا شرکتهای را که تحویل گرفته بودند یا به کمک دولت تأسیس کرده بودند، برای افزایش ثروت خود به کار گیرند. به همین ترتیب، در دهه های اول این قرن که صنایع بخش غیردولتی به طور کامل و خیلی بیشتر از امروز از صنایع بخش دولتی جدا بود، شرکتهای بر پایه نیاز به پیشینه ساختن سود کار می کردند.

اما آنگاه که اتحاد نظامیان و بوروکراتها بر ژاپن مستولی شد و تأکید بر «روح ملی» یا موجودیت ملی به اوج تازه ای رسید، به دنبال سود رفتن اندک اندک مذموم شمرده شد.^{۶۴} این اتهام که رقابت برای کسب سود منشأ مشکلات اقتصادی در دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ بوده است، نظریه مذکور را رونق داد. این دیدگاه با سنتهای فکری ژاپن سازگار بود، چه سامورایی نمونه، دنبال نفع مالی گرفتن را همیشه خوار می شمرده و بر این باور بوده است که خدمت به ارباب هدفی است خیلی شرافتمندانه تر. بدین سبب بود که ارتش از اشتباه سیری ناپذیر زایبانتسو سبک قدیم متأسف بود. همین طرز فکر، بعد از جنگ هم باقی ماند. یکی از حرفهای پایه گذاران کاپیزای دیووکایی (Keizai Doyukai) یا فدراسیون این بود که شیفتگی زایبانتسو نسبت به کسب سود زیان بخش است و نمی تواند به بنای اقتصادی نیرومند و بادوام کمک کند یا واقعا به منافع ملی خدمت نماید.^{۶۵} تصویری که همیشه

با وجود این، کاهش میزان کنترل که گاه دیده می شود، به این معنا نیست که نظام درآستانه پاشیدن است. شمار زیادی از نهادها، عادتها و نیازهاست که نظام را سرپا نگه می دارد. با توجه به همگامی و همگرایی بخشهای دولتی و غیر دولتی و خوی یاری متقابل مقامات دولتی ژاپن، این سوال که آیا وابستگی «صنعت» به «نظام اداری» در حال کاهش است یا دیگر کمتر مرسوم آن است، پرسشی خطاست. این تصور که صنعت ژاپن با نظام اداری سرشاخ است و می خواهد که از جنگ آن رها شود به کلی باطل است. بعلاوه، مؤسسات اقتصادی عمده چنان با هم ارتباط دارند که رهایی از دخالت مستقیم دستگاههای دولتی حکایت گر این نیست که تحولات صنعتی از زیر چتر دولت خارج شده است. در چشم انداز غربی، دخالت تشکیلات دولتی در فعالیت اقتصادی بخش غیر دولتی، خود به خود، هولناک به شمار می آید، حال آنکه سازمانهای اقتصادی نخبه ژاپن، در تحلیل نهایی، بدون این تضمین که کسی در بالای سر مراقبشان است، احساس بی پناهی می کنند. در سطح افرادی که در کسب و کار هستند، و به ویژه در میان مدیران شرکتهای که در رده پایین بخش خود قرار دارند، شراکت و همکاری ممکن است از روی اجبار باشد. اما به هر حال منافع این امر درخور توجه است.

تاجران و صنعتگران تکررو نمی توانند مدتی طولانی با مقامات دولتی از در مخالفت درآیند و توفیق یابند. در تابستان سال ۱۹۸۴ یک شرکت حسابگر خرید و فروش نفت کوشید به واردات مستقیم روی آورد تا به قیمت های کمتری بفروشد. انجام چنین کاری حق قانونی آن بود، اما به مذاق وزارت صنایع و بازرگانی بین المللی و اتحادیه واردکنندگان نفت ژاپن سازگار نبود. نتیجه این شد که بانکها اعتبار این شرکت را مسدود کردند. در دسامبر همان سال قانون جدیدی به تصویب رسید که به ظاهر واردات فرآورده های نفتی خاصی را آزاد می کرد، اما در باطن روزنه را می بست و خرید و فروش نفت را مشکلتز می ساخت.

دستکارهای وزارت پست و مخابرات در امور بازار بالقوه بسیار بزرگ اطلاع بردازی و ارتباطات نمونه بارزی است تا نشان دهد که تصور «از دست رفتن کنترل» بوروکراتها از سوء تفاهمی اساسی در مورد جریان گردش کارها در ژاپن سرچشمه می گیرد. مقامات مربوط نقشه آینده این بازار را در مراحل مختلف دهه ۱۹۹۰ ترسیم کردند. بر اساس این باور که میزان فروش از ۲۳۰ میلیارد یورو در سال ۱۹۸۷ فقط به حدود ۵۶۰ میلیارد یورو در سال ۱۹۹۲ خواهد رسید، مقرر شد که فقط یک شرکت جدید تأسیس شود تا با شرکت تلفن و تلگراف نیپون (Nippon)، که تازه به بخش غیر دولتی واگذار شده بود، رقابت کند. هنگامی که مقامات رسمی توضیحات خود را در اختیار رقیبان بالقوه خارجی می گذاشتند، مقررات و رهنمودهای خود را ناشی از علاقه خویش به پیشگیری از ایجاد گرفتاری شرکتهای می دانستند. از واکنشهایی که در برابر تازه واردان بالقوه خارجی نشان می دادند به خوبی آشکار می شد که رقابت اصیل و واقعی را نمی خواهند.

شکست ناپذیر ساختن ژاپن

ژاپن جنگ اقیانوس آرام را باخت اما این طور پیداست که نظری که همه ملت گریبان جنبش نظم نوین داشتند، در این کشور بعد از جنگ خیلی خوب پیاده شده است. اکنون، بخش بزرگی از مؤسسات اقتصادی بزرگ ژاپن با انگیزه های «ارزنده تر» از سودآوری و سودجویی می چرخد.

سهم بازار

در استحاله ای که در مدیریت شرکتهای صورت گرفت و مدیران دولتی را به جای صاحبان حریص و پول پرست بنگاههای اقتصادی نشانید، مسیر تحول

ورشکستگی درامانند و نیازی ندارند به مدتی طولانی در ترازنامه خود سودی نشان دهند. آنگاه که کوششی کم یا بیش هماهنگ صورت می‌گیرد تا در بازار خارجی به خصوصی با سازندگان داخلی رقابت کنند، به کلی شکست ناپذیرند. این را در تسخیر بازارهای جهان در مورد دوربینهای عکاسی، موتورسیکلت و دستگاههای ضبط و پخش ویدئو دیدیم، و نیز شاهد کاهش سهم سازندگان آمریکایی ماشین ابزار و نیمه هادیها در بازار ژاپن به سطح درصدی که پیش از اقدام ژاپنیها به تولید این اسبابها داشتند، بودیم.

مورد ویدئو نمونه خوبی از ثمرات صرفه جوییهای ناشی از تولید به مقیاس بزرگ را به نمایش می‌گذارد. سرمایه‌گذاریهایی که هفت شرکت تولید ویدئو به منظور افزایش ظرفیت تولید انجام دادند میزان تولید را بین سالهای ۱۹۷۹ و ۱۹۸۱، چهار برابر کرد و به ۹/۵ میلیون دستگاه رساند. دو سال بعد این رقم دو برابر شده بود و در سال ۱۹۸۶ به بالاترین سطح خود رسید، که ۳۳/۸ میلیون دستگاه بود. بیش از ۱۳ میلیون دستگاهی که در سال ۱۹۸۲ تولید شد، ۱۴۰ درصد تقاضای بازارهای جهان در آن زمان بود. چنین تولید عظیمی که نسبت به تقاضا مازاد داشت، انبارهای تولیدکنندگان را انباشته کرد و فروش به بازارهای خارجی به هر قیمتی صورت گرفت. حدود پنج ششم تولید سالانه صادر می‌شد. آرسی آوزنیت در آمریکا خیلی زود تسلیم شدند (و مارکهای خود را روی دستگاههای ویدئوی ژاپنی جسیباندند)، و فیلیپس و گروندیک با ۷۰۰۰۰۰ دستگاهی که تولید می‌کردند نمی‌توانستند با ۴/۹ میلیون دستگاه ویدئویی که شرکتهای ژاپنی در سال ۱۹۸۲ به اروپا فرستادند به رقابت جدی برخیزند.

به دست آوردن سهمی در بازارهای خارجی با زحمت زیاد از راه تطبیق قیمتها بر شرایط عرضه و تقاضای محلی تحقق می‌یابد. اینکه شرکتهای ژاپنی در این مورد انعطاف پذیری بی‌مانندی دارند، و به رغم دو برابر شدن نرخ مبادله بین دلار سهم بازار خود را در آمریکا دودستی نگه داشتند، خود را در شیوه‌ای که به کار بردند نشان داد. از آنجا که در هر زمانی محصولات به نسبت معدودی در توبره صادرات ژاپن وجود دارد، صنعت ژاپن می‌تواند برای فروشهای خارجی خود به کوششهای متمرکزی دست بزند. البته حمله‌های آنها در مقایسه با کل ارقام صنعتی و بازرگانی غرب مانند فرو کردن نوك چند سوزن است، اما در عوض، تأثیر کار متمرکز، شمشیر تیزی است که قلب صنایع جا افتاده آمریکا و اروپا را می‌شکافد. خود مقامهای ژاپنی روزی از «پرتولیزر» یا صادرات «سیل اس» سخن می‌گفتند، و در سیلیکن ولی (Silicon Valley) که مرکز صنایع برخوردار از تکنولوژی پیشرفته آمریکاست از تهاجم ژاپنیها با اصطلاح «بسیار دقیق» یاد شده است.

تجربه نیمه هادیها و ماشین-ابزار، چشم آمریکاییها را نسبت به شیوه‌های رقابت ژاپنیها باز کرده است. برعکس آنچه تبلیغات ژاپنی و مفسران سطحی نگر منتقد خویشتن غربی اشاعه داده‌اند، شرکتهای آمریکایی در این دو زمینه از دل و جان کار می‌کردند و کاملاً هشیار بودند. آنها فقط نمی‌توانستند از پشتیبانی مالی شرکتهای ژاپنی، حتی در مقیاس کمتری، برخوردار باشند و زیر مهمیز سهامداران و هیأت‌های مدیره باید تصمیمات خود را بر پایه سودآوری می‌گرفتند. کوشندگان آمریکایی، به ویژه در بخشهای کارخانه‌ای که آخرین دستاوردهای تکنولوژی به کار می‌رود، برای بقای خود ناگزیرند بازگشت سرمایه داشته باشند. رقیبان ژاپنی آنها شعبه‌هایی از غولهای اقتصادی هستند که شعبه‌های سودآور آنها می‌توانند مخارج حمله را بپردازند. قانون آمریکا به نفع شرکتهای خارجی است، زیرا در موارد نیرنگ قیمت (دامپینگ) اقدام تنبیهی را مشروط به این می‌کند که زیان آشکاری به صنایع آمریکا برساند. در سالهایی که طول می‌کشد تا به شکایت نیرنگ قیمت در دادگاه رسیدگی شود، رقیب ژاپنی می‌تواند جای شرکتهای آمریکایی را بگیرد.^{۶۹} رقیبان شرکتهای بزرگ ژاپنی در بازارهای خارجی، غالباً آسیب پذیرند،

فدراسیون از سود داده است چیزی است که آن را سدره ایتار به آرمانهای جامعه می‌داند.^{۶۶}

جنب و جوش تأسیس کارتلها، که دولت در دهه ۱۹۳۰ پشتیبان آن بود، همراه با ترتیبات دیگری که امنیت زایبائسورا بالا می‌برد، نیز به صاحبان صنعت و تجارت فهماند که امکانات بزرگی برای توسعه روشهای مؤسسات اقتصادی در اختیار است. آنها ایده‌های جدیدی پیدا کردند که، ظاهراً به کمک منابع اعتباری لایزال، از دهه ۱۹۵۰ به بعد با اشتیاق به کار گرفته شد. چند عاملی که پس از جنگ به عمد ایجاد شد، شرکتهای بزرگ را مجبور ساخت تا به ویژه پس از نیمه دهه ۱۹۵۰ برای تسخیر بازارها و افزایش سهم خود رقابت کنند.^{۶۷} بوروکراتهای اقتصادی اولویت‌های نظام فکری خود را، هنگامی که وزارت صنایع و بازرگانی بین المللی، در زمینه کارتل‌های دوره رکود، دستور کاهش ظرفیت را بر پایه سهم موجود بازار و نه بر اساس کارایی کارخانه می‌دهد، به خوبی آشکار ساختند. این بدان معناست که شرکتهای سرمایه‌گذار می‌دانند تلاششان برای افزایش سهم بازار خود، از راه تضمین سهم بازار پاداش می‌یابد.^{۶۸} این نیروی محرکه عمده در میان شرکتهای ژاپنی در بسیاری از زمینه‌ها به انحصار چند قطبی انجامیده است. در بیشتر بخشهای صنعتی می‌بینیم يك تا سه شرکت کنترل حدود ۷۰ درصد بازار را در دست دارند. شرکتهای مسلط در مورد قیمتها با هم توافق می‌کنند و فشار برای همگامی در زمینه‌های دیگر نیز فوق العاده زیاد است. این، به نوبه خود، برقراری «نظم» کنترل‌های درونی هر صنعت را آسان می‌سازد.

بسیاری از ارزیابیهای اقتصاد ژاپن به رقابتی اشاره دارد که ظاهراً با «جنگ و دندان» بین شرکتهای در جریان است. این طور نیست، اما چنین رقابتی واقعاً وجود دارد و مقامات رسمی، همواره از آن به عنوان «رقابت افراطی» یاد می‌کنند. این پدیده به بخشهای پر رشد صنایع مصرفی محدود می‌گردد، و نبرد سهم بازار قسمتهای نسبتاً جدید شرکتهای بزرگ یا نبرد بین شرکتهای فرعی جدید را در بر می‌گیرد؛ نبردی چشمگیر، مانند نبردی که در بازار موتورسیکلت بین هوندا و یاماها در اوایل دهه ۱۹۸۰ در گرفت و باعث شد که ماهی ده تا پانزده مدل جدید ساخته شود، به ندرت پیش می‌آید. این مورد رقابت با جنگ و دندان (که یاماها بازنده شد) برای این پیش آمد که بازارهای صادرات ناگهانی اشباع شد و مازاد تولید ایجاد گردید.

بخش لوازم الکترونیکی خانگی، که در آن محصولات جدید، به سرعت پشت سر هم به بازار می‌آید، صحنه رقابت‌های فراوانی در بازار داخلی است که شرکتهای متوسط اما سریع‌الرشد درگیر آنند. چنین نبردهایی در صحنه رقابت عموماً به اخراج شرکتهای ناموفق و پناه بردن آنها به دامان غولهای کاپیتسو می‌انجامد. بوروکراتها همه این جریانها را زیر نظر دارند. البته بر اساس روند کلی، بازار داخلی صحنه به نسبت باثباتی است که به شرکت ژاپنی امکان می‌دهد تا نیروی خود را در میدان رقابت خارجی متمرکز سازد. در نبرد سهم بازارهای خارجی، به مدیران ژاپنی، با صرفه‌جوییهای ناشی از حجم زیاد تولید که از راه داشتن سهم مطمئنی در بازار داخلی حاصل می‌شود، و درآمدی که به آنها توانایی می‌دهد تا به صادرات خود سوبسید بدهند، کمک می‌شود. چنین وضعی فقط می‌تواند از راه تفاهم خصوصی بین شرکتهای فراهم شود، نه از راه رقابت بی‌رحمانه. شرکتهای بزرگ ژاپنی کمتر خطر می‌کنند. این شرکتهای در پناه حصار حفاظت شده‌ای قرار دارند که نه تنها آنها را از ضربه رقیبان خارجی حفظ می‌کند بلکه شکلهای حمایت متقابل را تشویق می‌کند. همین پایه است که به آنها امکان می‌دهد تا با هم با نازلترین قیمتها وارد بازارهای خارجی شوند.

رقیب شکست ناپذیر بازارهای خارجی

شرکتهای بزرگ ژاپنی با پیوندهای نیرومندی که با مجتمعهای صنعتی دارند در بازارهای خارجی رقیبانی شکست ناپذیرند، زیرا از خطر

«انجمن پشتیبانی از فرمان امپراتور» است و بنابراین يك نقشه جامع سیاسی است؟ آیا مقامات اقتصادی آگاهانه کار کرده اند تا همه شرایط را طوری در کنار هم بگذارند که به قدرت مالی بین المللی کنونی خود دست یابند؟ این نوع پرسشهای بدیهی رایج نبوده است، زیرا اگر کسی به چنین سوالهایی می اندیشید فوری به او برچسب می زدند که باز از «خطر نژاد زرد» سخن می گوید.

هیچ نشانه مشخصی از وجود يك نقشه جامع دیده نمی شود. هیچ توطئه گری یا به میدان نگذارده است و هیچ سندی برای افشای چیزی از این قبیل ارائه نشده است. به نظر نمی رسد که انسجام نظام حاصل برنامه ریزی هدفداری در مقیاس بزرگ باشد، بلکه بیشتر نتیجه دو قرن کار سیاسی در ژاپن است: عدم توافق بین دسته های رقیب در مورد حق حکومت کردن، و خواست مشترك آنها در حفظ نظم اجتماعی بدون ارتباط آن با چارچوبی قانونی یا اصول مطلق.

به عقیده من، تاریخ سیاسی ژاپن گواه آن است که هدفهای سیاسی لازم نیست کاملاً آگاهانه باشد تا تحقق یابد. درست همان طور که تبلیغات گسترده ژاپنیها از سازمان نیرومند واحدی در مرکز سرچشمه نمی گیرد، بلکه به طور طبیعی از نیاز جمعی گروههای بر سریر قدرت برمی خیزد، تلاش این گروهها نیز برای ایجاد شرایط مناسبی که بقای آنها را تضمین کند چنان با هم جفت و جور شده است که خیال می کنید مدل مهندسی اجتماعی ساخته شده ای اجرا می گردد.

مقامهایی که بعد از سال ۱۹۴۵ بر سر کار آمدند چاره ای نداشتند جز اینکه از همان ابتدا همه توانایی خود را به کار گیرند تا نفوذ چپ را به حداقل برسانند، اتحادیه های کارگری را تضعیف کنند و به محض خروج آمریکاها «زیاده رویهای دوره اشغال را به جای اول برگردانند». همچنین، خیلی طبیعی بود کسانی که پایه گذاری «نظم نوین اقتصادی» را تجربه کرده بودند، بعد از جنگ، که به آنها فرصت بی سابقه ای داده شد تا چنین نظمی را ایجاد کنند، از جان و دل بکوشند تا تجربه خود را به کار گیرند. سنت اداره واقعبیت (reality mangement)، مقامات را قادر ساخت تا مادام که انتخابات انجام می شد و در پارلمان و مطبوعات به ظاهر آزادی وجود داشت دخالتهای خود را بدون وسواس زیاد، دموکراتیک جلوه دهند. با اینکه مقامهای جدید پیوسته در بیم و هراس بروز اغتشاش و بی نظمی بودند، نمی شد از آنان انتظار داشت که به خاطر رهایی از این بیم، نهادها و عاداتی را که پیش از ۱۹۴۵ ایجاد شده بود، از میان بردارند.

و اما «کشور سرمایه داری توسعه گر»ی که بنا نهاده اند، الگوی توسعه ای است که به پیروی از اصولی محکم نیاز نداشته و کسانی که این الگورا انتخاب کردند ممکن است به طور کامل نمی دانسته اند که مدل توسعه اقتصادی ویژه ای را پایه گذاری می کنند. آنچه به خوبی می دانستند این بود که نظام اقتصادیشان ظرفیتها و استعدادهایی دارد که باید همیشه در پی کشف و بهره برداری از آن بود. این گرایش اخیر در زمان پیدایش دشواریها با قدرت تمام جلوه گر می شود. اگر نظام احساس کند که پیشآمدها و تحولات غیر منتظره و نامطلوب را نمی توان متوقف کرد، بوروکراتها و نخبگان اجزای دیگر نظام بر موج تحولات می نشینند و در صدد پیدا کردن راههایی برمی آیند که از این تحولات جدید بهره برداری کنند. برهم خوردن روال طبیعی، معمولاً در آغاز کار سردرگمی بزرگی پدید می آورد که با انکار تغییرات اجتناب ناپذیر همراه است، اما در مرحله بعدی، گروههای مدیران و مسئولان وارد میدان می شوند تا با شرایط جدید روبرو گردند، و مانند شطرنج بازی خوب، که به حرکت غافلگیرانه طرف پاسخ می دهد، همین شرایط را طوری به کار می برند که بر رقیبان خود پیشی گیرند.^{۲۶}

چنین است که افزایش ارزش پول ژاپن و تقریباً دو برابر شدن ارزش مبادله آن در برابر دلار، آن هم فقط در عرض دو سال، برای کسانی که از دیرباز از طرحهای منطقی برای افزایش کارایی و در نتیجه افزایش توانایی رقابت شرکتیهای بزرگ پشتیبانی می کردند نعمتی بوده است. وقتی این وضع پیش

بین المللی، به ویژه با آمریکا، همیشه تأکید کرده اند که آزادسازی مالی در جریان است. بسیاری از مأموران پنهانی نیز در گزارشهای خود تأیید می کردند که این امر طبق برنامه پیشرفت می کند. به نظر می رسد سرانجام در این مورد ژاپن به تدریج با نظام جهانی می آمیزد.

درجه ای از آزادسازی بازارهای مالی و سرمایه ای واقعاً صورت گرفت، اما این آزادسازی از نوعی بود که خود ژاپنیها آن را می خواستند و بردستری مؤسسات مالی خارجی به بازارهای ژاپن آنقدرها نیفزود. آن طور که تجربه نشان می دهد، دلیلی نیست که فکر کنیم مقامات ژاپنی قصد دارند بازارهای خود را به روی چنین رقابتیهای بگشایند و تا جایی پیش بروند که استفاده موقت از کارشناسان خارجی را طلب کنند.

امتیازهایی که بوروکراتهای وزارت دارای دارند برپایه این هدف بوده که اول، مقررات را در مسیری بیندازند که مؤسسات مالی ژاپن در آن حرکت می کردند؛ دوم، دست بانکهها، مؤسسات مالی و شرکتیهای بیمه ژاپنی را در جهان باز بگذارند تا در بازارهای پولی جهان بهتر رقابت کنند. بوروکراتهای وزارت بازرگانی تا آن زمان، سیاست تقسیم کار بی انعطافی را اعمال کرده بودند و دور قلمرو بانکهها، مؤسسات مالی و شرکتیهای بیمه حصار کشیده و درجه هایی کار گذاشته بودند تا جهت جریان پولی کشور را تنظیم و در نتیجه بازاری مالی ایجاد کنند که در دوره رشد بالا نظمی داشته و قابل کنترل باشد. اما اشتیاق مؤسسات مالی موجود برای دست زدن به فعالیتهای جدید سودآور ناکام ماند، زیرا این مقررات همان طور که مقامات دیگر عقیده داشتند بوی کهنگی می داد.

در نیمه دوم دهه ۱۹۸۰ بسیاری از ناظران خارجی، به ویژه کسانی که مسئول سیاستهای ژاپنی واشینگتن بودند، هنوز هم بر این باور بودند که در صحنه مالی، نیروهای بازار جانشین مقررات خواهد شد. اما «رهنمودهای» وزارت دارای اهمیت همیشگی خود را حفظ می کند. کاپیتوسوی مبتنی بر بانک بر همین پایه باقی می ماند. بوروکراتها کنترل عملی خود را از دست نداده اند، اما مقداری مقررات زدایی، نتایج مورد نظر را در بهبود ساختار مؤسسات مالی به بار آورده و امکانات سرمایه گذاری شرکتیهای ثروتمند را افزایش داده است، و آنها اکنون می توانند کار خود را در جهت های جدیدی گسترش دهند.

در همان دوره ای که اندک اندک آشکار می شد احتکارگران و بورس بازان ژاپنی در مورد بحران اعتماد نگرانی زیادی ندارند، قدرتهای مالی جدیدی سر بر آوردند. بانکهای بازرگانی، مناسبات خود را با شرکتیهای مشغول در کار اوراق بهادار از راه مبادله سهام و کارکنان تحکیم می بخشیدند و صنعت بیمه عمر که (به سبب بودجه های کلان بازنشستگی ژاپن) به صورت یکی از نیرومندترین سرمایه گذاران نهادین در صحنه بین المللی در می آمد، سومین قدرت مالی مهمی بود که سر بر می آورد و بازار داخلی نیز از سرمایه گذاریهای آن نصیبی می برد. بیمه گذاران بزرگ که با گروههای سازندگان، بانکداران و بازرگانان مرتبط هستند از دیرباز زیر چتر وزارت دارای بوده اند. این بخش هم زیر سلطه «سه شرکت بزرگ» کارتل مانند قرار دارد که از طریق آن به آسانی قابل ردیابی و هدایت است.

نقشه جامع طفره آمیز



این همه تبانی که با اصول بازار آزاد ناسازگار است، آدم را به فکر وامی دارد که نکند همه آنها بخشی از یک توطئه عظیم باشد. وقتی این تبانی ها در همه جای نظام و در زمینه هایی که به طور مستقیم ربطی به اقتصاد ندارد دیده می شود، شک انسان بیشتر می گردد. تمرکز زیاد بر هدفهایی که دنبال می شود و به طور معمول از هیچ قاعده ای پیروی نمی کند و هیچ کس جلوانها را نمی گیرد، توطئه آمیز به نظر می آید. آیا انسجام نظام به شکلی یادگار

52. For the farcical hearings on this, see Yamamura Kozo, *Economic Policy in Postwar Japan*, University of California Press, 1967, chapter 5.

53. Uchino, *Postwar Economy*, op. cit. (n. 51) p. 45.

۵۴. بودجه متوازن ادامه یافت تا اینکه خیلی بعد تجویزها و توصیه‌های دیگر «داج» فراموش شد. دولت مجبور شد این سیاست را در اواخر دهه ۱۹۶۰ کنار بگذارد تا اقتصاد کشور را تحریک بخشد. بوروکراتهای وزارت دارایی هنوز هم از این رویداد نگرانند.

55. Suzuki, *Money*, op. cit. (n. 28), p. 14.

56. Johnson, MITI, op. cit. (n. 7), pp. 255-60; Uchino, *Postwar Economy*, op. cit. (n. 51), pp. 119-20.

57. As observed by Johnson, MITI, op. cit. (n. 7), p. 32.

58. Uchino, *Postwar Economy*, op. cit. (n. 51), p. 120.

59. Okumura Hiroshi, Shin: *Nihon no roku dai kigyo shudan* [Six Big Corporate Groups in Japan], Daiamondosha, 1983, p. 118.

60. For an overview and analysis of the system, see Ishida Hideto, «Anti competitive practices in the distribution of goods and services in Japan», *Journal of Japanese Studies*, Summer 1983, pp. 319-34.

61. *Ibid.*, p. 325.

62. Furuta Hisateru, «Foodo o meguru Kishi to Yoshida» [Kishi, Yoshida and Ford Motor Co.], *Chuo Koron*, July 1986, p. 301.

63. For the role of the banto, see John G. Roberts, Mitsui, Weatherhill, 1973.

64. See, for example, Shibagaki Kazuo, «Keizai shintaisei» to toseikai: sono rinen to genjitsu, [«Economic new order» and the control associations: their ideal and reality], in Tokyo Daigaku Shakai Kagaku Kenkyujo (eds.), *Senji Nihon Keizai*, op. cit. (n. 27), p. 302.

65. Yanaga, *Big Business*, op. cit. (n. 47), p. 46.

66. Sakaguchi Akira, «Zaikai ipponka» koso no shujiku, [Initiator of the «unification» of the business world], *Zaikai*, 1 February 1965, p. 53.

67. Miyazaki Yoshikazu, *Sengo Nihon no keizaikiko* [Economic Structure of Postwar Japan], Shinhyoron, 1966, p. 55.

68. Prestowitz, *Trading Places*, op. cit. (n. 5), p. 144.

۶۹. برای آگاهی کافی از جزئیات «جنگ نیمه هادها» بین ژاپن و آمریکا و نیز داستان ماشین سازی نگاه کنید به

Prestowitz, *Trading Places*, Chapor 2, pp. 217-19.

۷۰. این اصطلاح از واژه ژاپنی (Zaimu) گرفته شده که معنی آن مدیریت مالی و تکنولوژی پیشرفته است.

۷۱. ژاپنها در دهه ۱۹۸۰ حدود یک پنجم درآمد قابل مصرف خود را همچنان پس انداز می کردند. نظام پرداختهای تشویقی که براساس آن حقوق بگیران بین ۲۰ تا ۳۵ درصد حقوق خود را بنا به توافق سالی دوبار می گیرند، مشوق افزایش میزان پس اندازهاست. نظام تأمین اجتماعی خوب توسعه نیافته عاملی دیگر است. طبق برآورد بانک مرکزی، ۳۶ درصد پس اندازهای شخصی خرج بیمه درمانی و بیمه حوادث می شود. مشوق دیگر پس انداز، هزینه های زیاد آموزش و پرورش و مسکن است.

72. Nomura, Daiwa, Nikko and Yamaichi.

73. According to the Economic Planning Agency. See also the remark by the president of Sohyo Kurokawa Takeshi, quoted in *Asahi Evening News*, 19 February 1988.

74. Over the calendar year of 1987. National Land Agency figures made public in March 1988.

75. Nippon Life Insurance, Daiichi Mutual Life Insurance and Sumitomo Mutual Life Insurance.

۷۶. البته بوروکراتها هم اشتباه می کنند. یکی از بزرگترین شکست آنها در دوره بعد از جنگ دفاع از نرخ ین در سال ۱۹۷۱ بود. مقامات ژاپن از راه خرید ۶ میلیارد دلار به مدت ۱۱ روز از دلار حمایت کردند. در این مدت فقط بازار ارز ژاپن بسته شد.

۷۷. آی بی ام و کوکاکولا به عنوان نمونه های موفقیت عظیم خارجی در بازار ژاپن معرفی می شوند. هر دو آنها که در مرحله اول بعد از جنگ کار خود را از سر گرفتند حقوق تاریخی داشتند. با وجود این، با محدودیتهای زیاد روبرو شدند، و در آغاز کار نمی توانستند درآمدهای خود را از ژاپن خارج سازند و از طریق مقررات جواز کار در عمل ناچار شدند به رشد رقیبان ژاپنی خویش کمک کنند. □

می شد به بار نیآورد. این افزایش ممکن است حتی موضع رقابتی غرب را بدتر کرده باشد، زیرا بلندپایگان ژاپن ناچار شدند تا بخشهای نسبتاً ناکارآمد را هم کارآمد کنند. نرخ برابری ین - دلار تنها وقتی بر موازنه بازرگانی ژاپن - آمریکا اثر مهمی خواهد گذارد که طرف آمریکایی آماده باشد تا از نقطه ای که محتمل به نظر می رسد خیلی فراتر برود، یعنی بگذارد دلار ارزش و اعتبار خود را خیلی بیشتر از سال ۱۹۸۷ از دست بدهد.

اقداماتی که برای کمک به «تعدیل» نرخ برابری دلار - ین صورت گرفت، نه تنها نتیجه مورد انتظار را به بار نیآورد بلکه قدرت خرید سرمایه گذاران ژاپنی را در بازار آمریکا تقریباً دو برابر کرد. این امر در رأس قدرت حاصل از روشهای مالی ژاپنی قرار گرفت و به موج ناگهانی عظیمی از نفوذ ژاپنها بر وال استریت و مراکز مالی دیگر انجامید. در اینجا بود که عامل عمده جدیدی به میدان آمد؛ عاملی که می تواند مناسبات ژاپن را با آمریکا به کلی دگرگون سازد، و برای غرب به طور کلی آثار و پیامدهای غیر مستقیم مهمی داشته باشد.

اینکه آمریکا و اروپا سیاستهای کاری و مؤثری در برابر ژاپن ندارند، در چشم اندازی درازمدت، به صلاح بلندپایگان ژاپن نیست، بلکه به عکس، امنیت آنان را به خطر می اندازد. تاکنون، به دلیل تجربه بدی که از قانون تعرفه اسموت هاولی (Smoot-Hawley) در ۱۹۳۰ حاصل شد، که تا حدی باعث ایجاد واکنش زنجیره ای غیر قابل کنترل شد که پیش درآمد بحران بزرگ بود، قانونگذاری آمریکا دست به کار نشده است. اما زمانی فرا می رسد که اقدامات تلافی جویانه ای که منافع ژاپنها از آن خیلی آسیب ببیند اجتناب ناپذیر می گردد - اگر اعمال یا بیانات ژاپنها امیدها را درباره فعالیتها ژاپنها بیش از پیش به یأس برگرداند و در کنگره این احساس را پدید آورد که توکیو گستاخ است یا نقص اخلاقی دارد. کشورهای اروپایی که مانند آمریکا از حمایتگری افراطی بیم دارند، تاکنون از گسترش قدرت ژاپن کمتر آسیب دیده اند و به احتمال زیاد همان راه آمریکا را خواهند رفت. جامعه اروپایی واحد، بعد از آنکه در سال ۱۹۹۲ همه موانع بازرگانی داخلی خود را از میان برد در برابر هدفهای حضور ژاپن در بازارهای خود هشیاری بیشتری به خرج می دهد. حال که غرب آشکارا نمی خواهد آثار افزایش عمده بیشتری را در قدرت اقتصادی عظیم ژاپن - دست کم به شیوه ای که در دوران بعد از جنگ تحقق یافته است - تحمل کند، امکان ادامه هدف گسترش صنعتی نامحدود ژاپن نامطمئن شده است. از این رو، نشان دادن ساختار جدیدی به جای ساختار قدیم ضرورتی حیاتی است.

قننوس در برابر چشمان جهانیان پروازی با شکوه انجام داده و تحسینی را که شایسته آن بوده برانگیخته است و از هیبت او نیز سخن گفته اند. اما نقصانی در ذات خود دارد که موجب می شود جهت خود را گم کند. نقص در مکانیزم فرمان اوست؛ در ناتوانی او به تغییر روشها و هدفهایش، به سبب اینکه فرد یا گروهی متحد وجود ندارد که قدرت داشته باشد تا بتواند تصمیمات سیاسی بگیرد و هدفها را تغییر دهد. قننوس، مثل اینکه، در راهی افتاده است که به تصادم می انجامد. ■■

□ ■ زیر نویس ها:

49. Iwai Tomoaki, «Kokkai naikaku» [Diet cabinet], in Nakano Minoru (ed.), *Nihongata seisaku kettei no hen'yo*, Toyo Keizai Shimposha, 1987, p. 17; and Muramatsu Michio, «Rippo katei to seito, atsuryoku dantai, kanryo no kankei» [Parties, bureaucrats and pressure groups in the Japanese legislative process: Pre - Diet and Diet procedure], *Hokudai Hogaku Ronshu*, Vol. 34, no. 1, 1983, pp. 149-50.

50. William W. Lockwood, *Japan's new capitalism*, in Lockwood (ed.), *The State and Economic Enterprise in Japan*, Princeton University Press, 1965, p. 487.

51. Uchino Tatsuro, *Japan's Postwar Economy*, Kodansha International, 1983, p. 66.