

розвитку, збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. Вип. VII, Том 1 – С.35-37.

УДК: 339.982

Стрельник С. О., к.е.н.,

Зарицька І. А., к.е.н.

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В КИТАЇ

Проаналізовано літературні джерела щодо національних особливостей ведення бізнесу в Китаї. Визначено ключові фактори, на які доцільно орієнтуватись для реалізації успішної міжнародної діяльності на ринку Китаю. Виокремлено національні стереотипи поведінки у бізнес середовищі Китаю, сформовано перспективи подальших досліджень.

Ключові слова: *Китай, малий і середній бізнес, експортоорієнтовані підприємства, інновації, кредитування.*

Analyzed literary sources on national peculiarities of doing business in China. The key parameters which should be oriented to the successful implementation of the international activities in China were defined. Stereotypes of Chinese business environment were described, formed prospects for further research.

Keywords: *China, small and medium business, export oriented enterprises, innovation, loans.*

Проанализированы литературные источники на предмет национальных особенностей ведения бизнеса в Китае. Определены ключевые параметры, на которые целесообразно ориентироваться для реализации успешной международной деятельности на рынке Китая. Выделены национальные стереотипы поведения в бизнес среде Китая, сформированы перспективы дальнейших исследований.

Ключевые слова: *Китай, малый и средний бизнес, экспортоориентированные предприятия, инновации, кредитование.*

Вступ. В сучасних умовах економіка Китаю продовжує розвиватися дуже швидкими темпами та має величезний вплив на глобальний ринок через зростаючі обсяги експорту. Істотний вплив Китай чинить на розвиток зовнішньої торгівлі та економіки України. Для українських компаній вкрай важливо зрозуміти, як вийти на китайський ринок та стати конкурентним гравцем. Це зумовлює надзвичайну актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень. Питання українсько-китайських відносин досліджуються у працях багатьох українських та китайських вчених: В. Голод, О. Гончаренко, О. Хоменко, Ван Пен, Лі Чжоу тощо. Разом з тим в літературі відсутнє комплексне дослідження особливостей ведення бізнесу в Китаї. Недостатньо вивченими також залишаються питання взаємної торгівлі. Поки що бракує

узагальнених досліджень з питань державної підтримки малого підприємництва в зарубіжних країнах та можливостей використання їхнього досвіду у вітчизняній практиці.

Методика досліджень. У роботі були використанні загальнонаукові методи пізнання, зокрема теоретичного узагальнення, групування, аналізу та синтезу. Статистичну та інформаційну базу дослідження становлять дані Глобального моніторингу підприємництва, праці зарубіжних і вітчизняних учених.

Постановка завдання. У контексті визначеної проблематики та за результатами аналізу останніх досліджень у статті встановлено такі цілі: дослідити розвиток малого бізнесу у Китаї; визначити засади успіху китайської інноваційної політики; проаналізувати умови виходу на китайський ринок та рівень конкуренції; виокремити ключові стереотипи поведінки у китайському бізнес середовищі.

Результати досліджень. Малі та середні підприємства сьогодні стали невід'ємною частиною економік більшості розвинених держав. Вони швидко реагують на всі зміни у бізнес-середовищі та перші страждають від надмірної бюрократії. Крім того, вони значно сприяють соціальному та регіональному розвитку та є прикладом інноваційності і добробуту.

Китайський уряд відводить велику роль в економіці країни розвитку малого та середнього підприємництва. На них припадає 50% ВВП та 75% створених нових робочих місць [1]. Урядом було прийнято рішення переорієнтувати економіку країни з ресурсномістких підприємств на підприємства малого бізнесу. Дана модернізація буде закінчена до 2050 року і допоможе вивести країну в лідери за рівнем економічного розвитку. У 2002 році було прийнято закон, про стимулювання малого бізнесу, що урівнює права малих і великих підприємств. Приватним підприємцям необхідно платити меншу кількість податків; зменшено кількість бюрократичних бар'єрів для відкриття підприємства; впроваджена однокрокова реєстрація; надаються позики з низькими відсотками та субсидії для погашення отриманих позик.

Основним провідником ідей розвитку малого бізнесу в Китаї є «Національна комісія з розвитку та реформування», яка ініціює ухвалення необхідних урядових рішень, а також збирає інформацію та статистичні дані про роботу малих підприємств. На основі діяльності цієї комісії приймаються рішення про стимулювання певних видів малих підприємств Китаю. Крім того, в Китаї активно розвивається система тендерів, яка дозволяє малим підприємствам отримати державне замовлення на поставку товарів або надання послуг.

Важливу роль відіграє «Китайський центр по координації і кооперації бізнесу», основне завдання якого полягає в створенні спеціальних умов для співпраці китайських і зарубіжних організацій по підтримці малого бізнесу. Китайські підприємці можуть розраховувати на підтримку іноземних

фінансових організацій, які надають суб'єктам малого підприємництва позики та професійні консультації.

Мале підприємництво Китаю є науковим двигуном країни, завдяки тому, що малі підприємства пропонують найбільшу кількість інноваційної продукції і технічних винаходів. Швидко розвиваються малі технологічні фірми. Більшість з них були утворені в рамках технопарків та бізнес-інкубаторів, у які держава вклала значні кошти. Ці фірми продовжують отримувати державну підтримку в тій чи іншій формі.

Підприємці-початківці мають можливість отримати необхідну інформацію за допомогою спеціалізованих сайтів, електронних бібліотек, а також взяти участь у відеоконференціях, які організуються провідними китайськими та світовими спеціалістами в області розвитку малого бізнесу. Створена державна інформаційна служба «CSMEO», яка займається наданням послуг з інформаційного консультування підприємців через свій інтернет-сайт. Додатковий доступ до західних технологій забезпечує швидко зростаючий експорт китайського капіталу, що супроводжується злиттями й поглинаннями іноземних компаній. Малий бізнес в Китаї також орієнтований на сферу послуг. За прогнозами у 2020 році частка послуг у загальному обсязі ВВП складе 60% [3].

Вихід на ринок Китаю не позбавлений своїх труднощів та розчарувань. Від ставлення керівництва до таких ситуацій буде залежати успіх у цьому динамічному та конкурентному середовищі. Значно ускладнюють ситуацію, порівняно з розвиненими ринками, невідповідність тлумачення та виконання законів, а також загальна відсутність прозорості. Хоча в кожній конкретній компанії виникають свої труднощі, є ключові проблеми, з яким стикаються іноземні підприємства у КНР.

По-перше, це бюрократія та процес реєстрації бізнесу. На відміну від багатьох інших країн для реєстрації бізнесу в Китаї може знадобитись допомога уповноваженого урядом агента.

По-друге, корупція, яка негативно впливає як на фінансову систему країни в цілому, так і на розвиток підприємництва.

Кваліфікований консультант може допомогти уникнути ці суперечності. Зарубіжні компанії зазвичай використовують китайських агентів, які допомагають встановити відносини, консультують щодо стандартів продукції, розвитку бізнесу, здійснюють маркетингову підтримку. Місцеві агенти володіють знаннями та контактами, що допомагає обійти інституційні, мовні та культурні бар'єри. Успіх у Китаї багато в чому залежить від ділових якостей, довгострокових відносин та глибокого розуміння цього складного ринку. Перш ніж прийняти рішення потенційні експортери мають подивитись на власні ресурси, минулий досвід експортної діяльності і готовність витратити багато часу на оцінку нових можливостей. Як правило, успіх забезпечують регіонально спрямовані стратегії виходу на ринок, позиціонування конкретного продукту та висококваліфіковані партнери.

По-третє, захист інтелектуальної власності, що є серйозною проблемою для більшості компаній в Китаї - як національних, так і іноземних. Тут потрібно проводити комбіновану стратегію, яка включає правовий захист через товарні знаки і патенти, а також проактивну участь самої компанії. Мається на увазі навчання співробітників, підтримання внутрішнього контролю доступу до інтелектуальної власності, обмеження зовнішньої доступності. Звичайно, велику роль відіграють постійні інновації, що допомагають отримати перевагу над потенційними конкурентами та уникнути порушення прав інтелектуальної власності.

Ведення переговорів з китайськими партнерами відрізняється тривалістю – від декількох днів до декількох місяців. Це пояснюється тим, що китайці ніколи не приймають рішень без детального вивчення всіх аспектів. Успіх переговорів вже на першому етапі залежить від того, наскільки вдасться переконати партнера у перевагах від співпраці. Китайські компанії володіють досвідченими кадрами та мають у своєму розпорядженні багато інформації, що стосується прийняття рішення. Важливе значення надається налагодженню неформальних відносин з іноземними партнерами.

Найм персоналу є ключовим питанням для компаній, що працюють у КНР. Трудове законодавство трактується на користь працівника і містить дуже конкретні положення, що стосуються працевлаштування місцевого та іноземного персоналу. Компанії не зареєстровані у Китаї не можуть на законних підставах наймати персонал. Крім стандартних вимог (укладання договорів з працівниками, відповідні стандартам заробітні плати, своєчасна виплата заробітної плати) роботодавці у Китаї також зобов'язані:

- вести документи щодо найму та звільнення працівників разом з відповідним державним бюро
- оформлювати особисті справи працівників - унікальний китайський документ, що містить історію освіти та робочої кваліфікації працівника;
- сплачувати від імені своїх працівників щомісячні соціальні внески.

Ці процеси ускладнюються залученням державних бюро та великою кількістю документів.

Комерційні можливості існують в багатьох секторах ринку:

- Товари та послуги для дітей. Китай - другий за величиною після США ринок споживання промислових товарів для вагітних і дитячих товарів. Тут кожен рік народжується приблизно 15-20 млн. дітей. З відмовою від політики «однієї дитини» (29 жовтня 2015 р.) прогнозується новий «бебі-бум» з 2015 по 2022 рр. Вважається, що кількість дітей від 0 до 6 років досягне 96 млн. вже на кінець 2015 року. Більшість сучасних батьків народилися у 80-ті роки і мають гарну освіту. Враховуючи зростаючу купівельну спроможність середнього класу та побоювання батьків щодо здоров'я та розвитку дітей, вони готові витратити більшу частину їх річного доходу на дітей, пологи та виховання. Це принесе значні ринкові можливості для виробників та інвесторів у Китаї.

– Товари та послуги для літніх людей. Проблема старіння китайської нації становить все більшу напругу для системи пенсійного забезпечення. Якщо у 1975 році на шість працюючих припадав один пенсіонер, то на 2035 рік прогнозується один працівник на одного пенсіонера. В 1950 році літніх китайців (віком понад 60 років) налічувалося 41 млн осіб, то у 2015-му – вже понад 130 млн [5]. Щоб задовольнити потреби літнього населення уряд приймає різні заходи, які включають дозвіл іноземних інвестицій в лікарнях та обов'язкове медичне страхування. У 2014 році Національна комісія з розвитку та реформ (NDRC) зробила заяву, в якій заохочується активна співпраця соціального капіталу та органів місцевого самоврядування через державно-приватне партнерство та інвестування у продукцію для літніх людей. Дана політика спрямована на подальше зниження бар'єрів входу для інвестування в цей сектор.

– Фінансові Інтернет-послуги. Остані два роки цей сектор стрімко розвивається. Починаючи з мобільних платежів за допомогою P2P (peer-to-peer), кредитування і закінчуючи електронними грошима та управлінням активами. Основні причини швидкого розвитку: інвестори отримують нижчий дохід від звичайних фінансових систем (таких, як банки), які строго контролюються Китайським урядом. Кількість P2P компаній збільшилась з 500 в 2013 році до 1000 в 2014 році [4]. Бум фінансових інтернет-послуг тісно пов'язаний з розвитком таких компаній, як Alibaba та Tencent (пропонують усі види інформації на платформі, доступній багатьом людям).

– Інтелектуальне виробництво. Так зване інтелектуальне виробництво перебуває на стадії зародження у Китаї. Зважаючи на проблему старіння, брак робочої сили та збільшення видатків на оплату праці, робототехніка буде мати попит в багатьох сферах, включаючи домашній побут, догляд за літніми людьми, медичне обслуговування, освіту, розваги тощо. У 2013 році Міністерство промисловості та інформаційних технологій постановило збільшити використання промислових роботів (на 10 000 робітників) від 20 до 100 у 2020 році. Це означає, що кількість промислових роботів збільшиться у чотири рази протягом найближчих п'яти років.

Україна активно співпрацює з КНР. Нещодавно Китайська Адміністрація з сертифікації та акредитації здійснила оцінку ветеринарного нагляду і державної системи контролю безпеки при виробництві молочних продуктів в Україні і визнала її еквівалентною китайській. Вісімнадцяти українським компаніям дозволили торгувати своєю молочною продукцією на китайському ринку. Це важливий крок у напрямку диверсифікації ринків української аграрної продукції. Право на експорт молочної продукції до Китаю Україна отримала ще 2012 року. Однак за два роки КНР внесла зміни до законодавства. У зв'язку з нововведеннями з травня 2014 року кожна країна, яка мала намір експортувати молоко і молочну продукцію до Китаю, мала пройти оцінку еквівалентності державної системи контролю за виробництвом та ветеринарної служби. Україна в січні-липні 2015 року збільшила експорт аграрної продукції до Китайської

Народної Республіки в 2,2 рази порівняно з аналогічним періодом минулого року [2].

Висновки. Проведене дослідження дозволяє визначити підприємництво науковим двигуном Китаю, а досвід стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу є винятково актуальним для України в умовах гострої необхідності нарощення конкурентоспроможності. Разом з тим актуальною сферою подальших досліджень залишається внутрішній ринок Китаю не лише як країни потенційного імпортера вітчизняної продукції, а й як місця можливого стратегічного партнерства в контексті активізації глобального підприємництва.

Список використаних джерел

1. Ван Пен. Особливості українсько-китайської комерційної співпраці в умовах глобалізації / Пен Ван // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Вип. 66. – 2007. – Ч.3– С. 197-204.
2. Китай відкрив свій ринок для 18 молочних компаній України // NEWSru.ua // Економіка // 28 вересня 2015 р.
3. Чжоу Ли. У Китая и Украины нет никаких препятствий для сотрудничества / Ли Чжоу // Киевский телеграф. - 2009. - № 27. - с. 27-32.
4. China Market Entry Handbook Edition 2015 // Sovereign Group [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.sovereigngroup.com/wp-content/uploads/2015/04/China-Market-Entry-Handbook-Sept-2015.pdf>
5. D. Ahistrom. Entrepreneurship in China / D. Ahistrom, Z. Ding // International Small Business Journal. - 2014. - 32 (6), p. 45-51.
6. Global Entrepreneurship Monitor 2012 / Global Report. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gemconsortium.org>.
7. P. Phan. Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in China / J. Zhou, E. Abrahamson // Management and Organization Review. - 2010. - Vol. 6, Issue 2. - p. 175-194.

УДК: 336.7

Тищенко О. І., к.е.н., доцент

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ В БАНКУ

Стаття присвячена вдосконаленню підходів до обліку фінансових інвестицій в банках України. Досліджено зміни у національному законодавстві щодо порядку відображення інвестиційних операцій на бухгалтерських рахунках у зв'язку з європейським вектором реформування банківського сектору та відповідно до вимог міжнародних стандартів. Шляхом порівняльного аналізу визначено нові підходи щодо