

Особливості ведення бізнесу в Китаї

Стрельник С.О., кандидат економічних наук, доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Зарицька І.А., кандидат економічних наук, доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Анотація. 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.

Аннотация. 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.

Abstract. 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.

Key words: China, small and medium business, export oriented enterprises, innovation, loans.

Постановка проблеми. 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.

Мета і методика дослідження. 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; введена 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 підприємство 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].

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.

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].

Однією з головних проблем Китаю залишається корупція, яка негативно впливає як на фінансову систему країни в цілому, так і на розвиток підприємництва. Ще однією проблемою як для китайських так і для зарубіжних підприємців, які працюють на китайському ринку, є недостатній захист прав інтелектуальної власності.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє визначити підприємство 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. D. Ahlstrom. Entrepreneurship in China / D. Ahlstrom, Z. Ding // International Small Business Journal. – 2014. – 32 (6), p. 45–51.
5. Global Entrepreneurship Monitor 2012 / Global Report. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gemconsortium.org>.
6. P. Phan. Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in China / J. Zhou, E. Abrahamson // Management and Organization Review. – 2010. – Vol. 6, Issue 2. – p. 175–194.

References

1. Wang Peng (2007) Features of Ukrainian-Chinese trade cooperation under globalization / Wang Peng // Actual problems of international relations: Collected Works. Vol. 66.. - S. 197-204 Ч.3-.
2. China opened its market to 18 dairy companies // NEWSru.ua Ukraine. Economics (September 28, 2015)
3. Zhou Li (2009) "China and Ukraine there are no obstacles for cooperation / lizhou district // Kiev Telegraph. Vol. 27. p. 27-32.
4. D. Ahlstrom (2014) Entrepreneurship in China / D. Ahlstrom, Z. Ding // International Small Business Journal. — 32 (6), p. 45–51.
5. Global Entrepreneurship Monitor 2012 / Global Report. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.gemconsortium.org>.
6. P. Phan (2010) Creativity, Innovation, and Entrepreneurship in China / J. Zhou, E. Abrahamson // Management and Organization Review. Vol. 6, Issue 2. p. 175–194.