

Особенности организации предпринимательства в Китае

© 2007 Чжань Шуньхуэй

Московский государственный университет экономики,
статистики и информатики (МЭСИ)

Логика и этика китайского бизнеса разительно отличаются от принятых на Западе, по большей части в силу клановой и корпоративной психологии китайцев. Узловым звеном экономики Китая является частное малое предпринимательство. Большое значение придается развитию совместного предпринимательства в научно-технической сфере.

Становление и развитие предпринимательства в Китае являются важнейшим стратегическим фактором экономического роста. Предпринимательство вбирает в себя широкую гамму социальных, психологических, организационных и экономических характеристик. Один из классиков менеджмента П. Друкер в этой связи отмечал, что «прошло много лет с тех давних пор, когда Сэй ввел в оборот этот термин, а мы еще продолжаем путаться в определениях “предприниматель” и “предпринимательство”»¹.

Предпринимательская деятельность весьма многогранна и отражает ту роль, которую она играет в экономической жизни общества. Ж.-Б. Сэй впервые подошел к характеристике предпринимательства как многофункциональной инновационной деятельности, считая, что предпринимательской деятельностью занимается лицо, которое на свой страх и риск и в свою пользу берется произвести какой-либо продукт. Он считал предпринимателя центральной фигурой процесса производства, соединяющей и координирующей факторы производства (труд и капитал). При этом Сэй подчеркивал творческий характер предпринимательской деятельности².

Не менее важным аспектом предпринимательской деятельности является рациональность. На это обращал внимание немецкий ученый, экономист, философ, социолог М. Вебер, который понимал рациональность как функциональную эффективность, получение максимальной выгоды от использования вложенных средств, избрание кратчайшего пути для наиболее полного достижения желаемого. Основу рациональности управления М. Вебер видел в профессионализме, компетентности, наличии специальных знаний и навыков по их применению.

Предпринимательской деятельности свойствен творческий характер. Именно поэтому предпринимательство обеспечивает инновационный тип развития бизнеса. Это проявляется,

¹ См.: Друкер П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. М., 1992. С. 30-31.

² См.: Сэй Ж.-Б. Трактат политической экономии. М., 1986.

в частности, в новых организационных решениях для расширения бизнеса.

Логика и этика китайского бизнеса разительно отличаются от принятых на Западе, по большей части в силу клановой и корпоративной психологии китайцев. Китайцы не стремятся занять в отношениях с партнером активной позиции, а ожидают, когда партнер предпримет какие-то действия. Если же существует потребность в действиях или возникает противоборство двух сторон, привлекают посредников. Непосредственному принятию того или иного решения предшествует сбор информации о партнере. Важное значение для делового мира в Китае имеют понятия о формальной чести и достоинства.

Узловым звеном экономики Китая является частное малое предпринимательство. Позитивное влияние малого предпринимательства на процесс общественного развития здесь проявляется, прежде всего, в следующем:

- частная экономика способствует развитию производительных сил и ослаблению проблемы занятости;
- развитие частной экономики позволяет повысить эффективность использования ресурсов за счет включения в оборот бездействующих общественных фондов;
- частная экономика ускорила развитие сферы услуг;
- частная экономика способна гибко реагировать на изменение рыночной ситуации, что позволяет действовать в соответствии с требованиями рыночной экономики;
- частная экономика способствует росту производительности труда, повышению ответственности при выборе и инвестировании объектов.

Вместе с тем малое предпринимательство в Китае сталкивается с рядом проблем, которые замедляют темпы его развития. Так, реализация решений правительства в области предпринимательства нередко затрудняется действиями чиновников бюрократического аппарата среднего звена. Одной из проблем является и полу-

чение кредитов. Имеет место произвол со стороны местных чиновников разного уровня, которые подвергают честные предприятия необоснованным штрафам.

Для решения назревших проблем в Китае приняты меры, направленные на улучшение предпринимательского климата в стране:

- совершенствование законодательства в части защиты частной собственности, а также трудовых взаимоотношений и социальных гарантий;

- реализация всех действующих положений в отношении малого бизнеса и создание благоприятных общественных и экономических условий для эффективного хозяйствования в рамках закона;

- создание для малого бизнеса равных условий с предприятиями государственной, коллективной, иностранной и другими формами собственности в части налогообложения, кредитования, экспорта, импорта и т.п.;

- закрепление прав частных предприятий на участие в создании городских и сельских кооперативов и народных банков на акционерной основе.

Современный этап развития предпринимательства в Китае характеризуется интенсивным формированием конкурентной среды. Для успешного функционирования предпринимательских структур в условиях конкурентной среды огромное значение имеет выбор стратегии. Это обусловлено тем, что предпринимательство может охватить только часть одного из звеньев воспроизводства (организацию труда, маркетинговое обслуживание, финансовое обеспечение предпринимательской структуры и др.). Вместе с тем должны осуществляться такие аспекты предпринимательской деятельности, как умение организовать производство, успешно осуществлять функции, связанные с ведением бизнеса, развивать деловую активность.

Специфические рыночные возможности предприятия и угрозы являются ключевыми факторами, влияющими на стратегию. Обе составляющие необходимо учитывать при осуществлении стратегических действий. Выбранная стратегия должна способствовать реализации возможностей, связанных со стабильным конкурентным преимуществом. Кроме того, стратегию необходимо направить на защиту предприятия от внешних угроз его настоящего и будущего положения.

Факторами внутренней среды являются:

- сильные и слабые стороны компании, конкурентные возможности;

- личные устремления, философия бизнеса, принципы руководителя, тип предпринимательского поведения.

Стратегия предприятия должна отвечать ее сильным и слабым сторонам, внутренним конкурентным возможностям, а также возможностям и угрозам со стороны внешней среды. Учет сильных сторон очень важен, ибо это позволяет активнее использовать имеющиеся знания и навыки, получить преимущества в конкурентной борьбе, что является фундаментом стратегии в целом.

Личные устремления, философия бизнеса, менталитет предпринимателя, тип предпринимательского поведения имеют особое значение для малых предприятий. Как правило, основные решения могут приниматься руководителем единолично. Очень важно, как руководитель относится к риску, поскольку от этого зависит выбор между консервативной стратегией, снижающей степень риска и дающей возможность получить прибыль в короткий срок, и стратегией, позволяющей получить более высокую прибыль, но в долгосрочной перспективе. На внутреннюю среду оказывает влияние также тип предпринимательского поведения.

Стратегия любого малого предприятия определяется конкретной ситуацией, механизмом управления и принятия управленческих решений. Область стратегических решений обширна: выбор направлений деятельности, приоритета ресурсов, главных долговременных партнеров, организационной формы партнерства, способов развития потенциала, возможности использования сильных сторон предприятия, снижение отрицательных последствий и угроз внешней среды, конкурентной, инновационной и антикризисной политики. Стратегический характер приобретают применение ресурсов, их логистика (потoki, распределение, хранение, доставка), функции структурных звеньев, деловые процессы и продуктовые проекты. В странах с развитой рыночной экономикой при организации бизнеса используются базисные и эталонные, которые отражают различные подходы к росту фирмы и связаны с состоянием одного или нескольких элементов:

- продукт;
- рынок;
- отрасль;
- положение фирмы внутри отрасли;
- технология.

Каждый из перечисленных элементов может находиться в одном из двух состояний - существующем или новом. С учетом этого выделяют:

- стратегии концентрированного роста;
- стратегии интегрированного роста;
- стратегии диверсифицированного роста;
- стратегии сокращения.

При стратегии концентрированного роста фирма стремится улучшить свой продукт или начать производить новый, не меняя при этом своей отрасли. Стратегии концентрированного роста подразделяются на следующие группы:

- стратегия усиления позиции на рынке;
- стратегия развития рынка;
- стратегия развития продукта.

При стратегии усиления позиции на рынке фирма делает все, чтобы с имеющимся продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции, что требует серьезных маркетинговых исследований. Фирма пытается установить контроль над своими конкурентами.

Стратегия развития рынка предполагает поиск новых рынков для производимого продукта.

Стратегия развития продукта означает решение задачи роста за счет производства нового продукта.

Ко второй группе эталонных стратегий (стратегии концентрированного роста) относятся:

- стратегия обратной вертикальной интеграции - предполагает рост фирмы за счет приобретения или усиления контроля над поставщиками;
- стратегия диверсифицированного роста - реализуется в том случае, если фирма не может развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли;
- стратегия горизонтальной диверсификации - характерной особенностью является поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей применения новой технологии.

Фирма ориентируется на производство таких технологически не связанных продуктов, которые использовали бы уже имеющиеся возможности фирмы, например в области поставок. Поскольку новый продукт должен быть ориентирован на потребителя основного продукта, по своим качествам он должен быть сопутствующим уже производимому продукту. Для реализации данной стратегии необходима предварительная оценка фирмой собственной компетенции в производстве нового продукта.

Малые предприятия Китая при выборе стратегии своей деятельности учитывают опыт стран с развитой рыночной экономикой.

Большое значение придается в Китае развитию совместного предпринимательства в научно-технической сфере. Это способствует уве-

личению выпуска наукоемких и технически сложных товаров.

Понимая, что без передового зарубежного опыта в таких областях, как электроника и телекоммуникации не обойтись, Правительство Китая постоянно совершенствует инвестиционное законодательство. В то же время в стране уделяют внимание поддержке национальной фундаментальной и прикладной науки.

Большое влияние на развитие научно-технического предпринимательства в Китае оказали специальные экономические зоны (СЭЗ). Сначала в 1979 г. были созданы четыре "экспериментальные" СЭЗ: Шэньчжень, Шаньтоу, Чжухай и Сямэнь. Администрация этих зон получила широкие полномочия для принятия решений на местах. В СЭЗ устанавливались свои обменные курсы валют и арендные ставки на землю, действовали собственные нормы трудового права, формировались специальные внутренние цены и уровень заработной платы. В зонах было льготное налогообложение. На предприятиях с иностранным капиталом был установлен 15%-ный подоходный налог.

Поскольку результаты экономического эксперимента показали эффективность создания СЭЗ, были созданы СЭЗ еще в 14 прибрежных городах.

Привлекательная налоговая политика в СЭЗ, низкие издержки производства, высокая емкость китайского внутреннего рынка способствовали росту прямых иностранных инвестиций в экономику Китая.

В 1990 г. в Китае появились "зоны высоких технологий", которые базировались рядом с академическими и высшими учебными заведениями. Создание зон высоких технологий способствовало развитию в Китае венчурного предпринимательства.

Сегодня в Китае функционируют более 50 парков высоких технологий. При этом только пять из них являются открытыми для иностранных партнеров. В парках высоких технологий насчитывается свыше 16 тыс. предприятий, занимающихся исследовательской и внедренческой деятельностью. Государство оказывает паркам высоких технологий серьезную финансовую поддержку. При этом приоритет отдается микроэлектронике, телекоммуникациям, биоинженерии и технологиям создания новых материалов.

Таковы некоторые направления организации предпринимательства в Китае.

Поступила в редакцию 26.12.2006 г.