

управления, так как общинный тип управления – провал оптимизации бизнес-процессов.

Использованные источники:

1. Ковалев С.М. Ковалев В.М. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов// «Консультант директора».- 2005.-№4
2. www.cis2000.ru
3. www.betec.ru
4. Ходак Е.А. Оптимизация управления бизнес-процессами полиграфического предприятия// Диссертация. 16.03.2012.

**Пальчук О.І., кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту сфери послуг Київського
національного університету технологій та дизайну
Україна, Київ**

КИТАЙ ЯК СУЧАСНИЙ ЛОКОМОТИВ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Зрозуміти як Китай обрав свій шлях розвитку та яким чином збирається процвітати допоможе невеликий екскурс в історію. Мао Дзедун, заснувавши у 1949 р. Китайську народну республіку, заявив, що Китай «піднявся з колін». Народ, який довго жив під владою іноземних імперіалістичних держав нарешті сам вирішуватиме свою долю. Наступні 30 років в той час, як в імперіалістичних державах формувалось нове споживче суспільство, Китай будував власне індустріальне суспільство скорочуючи зв'язки з капіталістичним світом до мінімуму, направляючи всі свої ресурси в важку промисловість та обмежуючи купівлю-продаж споживчих товарів. Держава обрала стратегію першочергового виробництва проміжних, а не кінцевих товарів. Керівництво держави віддавало перевагу скороченню споживчих витрат за рахунок лімітування асортименту продукції. Тому, відповідно китайці мало що могли купити. Зі смертю Мао Дзедуна у 1978 році та приходом до влади Ден Сяопіна ситуація різко змінилася. Китайський лідер зрозумів, що без відкритості капіталістичному світу отримати технології та залучити інвестиції, що були так необхідні для розвитку економіки не вдасться. З 1978 року, коли розпочалася ера реформ, Китаю в обмін на гроші та технології доводиться послаблювати контроль над зовнішньою та внутрішньою торгівлею. Наслідуючи приклади Японії, Тайваню, Південної Кореї та Сінгапуру, Ден Сяопін створював ринкову модель з елементами авторитарного централізованого контролю, яку назвав соціалізмом з китайськими особливостями. Китайська влада намагалася обмежувати доступ населення до іноземних споживчих товарів та стримувати участь споживачів в економічному зростанні. Мотивом такої політики було не обмеження споживання, а намагання пустити його в потрібне русло, щоб воно обернулося зростанням національного добробуту, а не відтоком китайського капіталу, розтраченого на ефемерні споживчі

задоволення.

Розвинені країни з радістю інвестували в китайську економіку. Хоча Китай довгий час зберігав ряд обмежень для іноземних постачальників товарів та послуг, перспектива виходу на величезний за розмірами ринок та доступ до дешевої робочої сили магнітом притягували західних бізнесменів. Причиною були не лише мільйони нових споживачів, але споживачів, що вперше робили свій вибір в більшості категорій продуктів та не мали певних брендових уподобань. Закономірно, що Китай, який ще 10 років тому практично не споживав предметів розкоші став їх основним споживачем на світовому ринку. Китайські споживачі все більше уваги приділяють ознакам високого статусу. В 2003 році КНР стала найбільшим на Землі покупцем найдорожчого автомобілю світу «Бентлі-728», що продається за 1,2 млн. дол. США [1]. Найбільший продавець алмазів, компанія De Beers, прийшла в Китай лише у 1993 році, проте, зуміла в свідомості китайців пов'язати поняття любові з діамантами, що вдало прижилася в розвинених країнах, і вже через 10 років продаж діамантів досяг мільярдних сум. Обігнавши Японію, Китай став найбільшим в світі покупцем виробів з платини, яка є найбільш популярним дорогоцінним металом для виробництва обручок.

Ресурси, якими володіє Китай часто недооцінюються. Кількість населення країни, що складає 1,3 млрд. людей або більш ніж сьому частину світового населення – всім відомий факт, проте потрібно замислитися про всі витікаючі з цього наслідки. Зарубіжні компанії мріють про те, щоб забезпечити населення Китаю своїми товарами. Китай вже сьогодні є найбільшим ринком збуту літаків компанії Boeing, а автомобільний ринок країни – один з найбільш багатообіцяючих в світі. Привабливість внутрішнього ринку надає країні величезні козири, якими не володіє жодна країна світу. Сьогодні Китай має змогу висувати вимогу передачі технологій як обов'язкову умову співпраці з іноземними інвесторами, що йдуть не нечувані поступки. Виробники не лише погоджуються на передачу технологій, але й допускають їх використання в середовищі, що майже не забезпечує захисту авторських прав. Спостерігаються створення небачених раніше альянсів: Китай є єдиною країною в світі, де національні виробники автомобілів створюють підприємства за участю капіталів конкуруючих зарубіжних партнерів, що надає їм можливість перейняти найкраще від обох сторін та в результаті здобути знання, якими не володіє жодна з них. Цілями цього є створення китайських мультинаціональних компаній, які посядуть свою нішу в світовій економіці та досягнуть такого ж успіху, що й Daewoo, Samsung або Sony, але набагато швидше [2]. Задля зростання Китай використовує величезний притік іноземних інвестицій. Він переймає досвід світових лідерів в сфері технологій, слідкуючи за тим, щоб вони ділилися інформацією з місцевими компаніями та закриваючи очі на «запозичення» технологій. Китай проводить фундаментальну реформу своєї системи освіти та дослідницької інфраструктури, створюючи привабливі умови для

студентів, що навчаються за кордоном [3]. В намаганні посісти провідні позиції Китай користується величезною перевагою, вкладаючи величезні кошти в розвиток передових галузей, таких як біо- та нанотехнологія.

Колись одна з найбідніших країн світу – Китай, сьогодні перетворилася в одну з найбільш соціально розшарованих. Майнова нерівність склалася практично миттєво. За іронією долі, в рекордні строки, витягнувши з бідності мільйони людей, комуністична партія Китаю створила одне з найбільш розшарованих суспільств в історії. Переважна більшість китайських мільярдерів (близько 90%) є високопосадовими державними службовцями. Більшість китайців вважають, що забудовники знаходяться під повною протекцією державних службовців, починаючи від відводу землі, що зайнята житловими кварталами чи сільськогосподарськими землями та закінчуючи отриманням позик у банках без застави та під низький відсоток. Інша велика група «нових» китайців – екс - директори великих державних підприємств, які розбагатіли на відверто шахрайській приватизації. Ще одна група багатих бізнесменів – директори діючих державних підприємств, адже найбільші компанії країни залишаються у власності держави, в тому числі компанії таких ключових галузей як енергетика, зв'язок, банки та транспорт. Двадцятка найбільш дохідних китайських компаній – державні. Всі їх керівники призначаються партією, а шахрайство жорстко карається.

Даючи ТНК доступ на свій внутрішній ринок, китайська держава одночасно вирішила сприяти швидкій появі вітчизняних брендів, що будуть спроможні конкурувати на світовій арені. Створення та купівля брендів вважається в Китаї питанням національної економічної безпеки та звісно справою честі, адже країні потрібні знамениті торгові марки, в яких відобразиться економічний успіх держави. Китайські лідери побоюються, що якщо збережеться сьогоднішня тенденція, коли споживачі віддають перевагу іноземним торговим маркам, країна може назавжди застрягти на нижніх ланках брендового ланцюжка, виконуючи важку ручну працю, отримуючи за неї копійки і майже не створюючи вартості бренду, під якою розуміється маржа між витратами на виробництво речі та вартістю, доданою за рахунок маркетингу, дистрибуції та ритейлу. До того ж ТНК в будь – який момент можуть перенести виробництво в країни, де оплата праці ще нижче, а природоохоронні закони лояльніше. Влітку 2008 року уряд КНР включив створення, охорону та розвиток бренду в національну стратегію держави.

Варто також окрему увагу приділити індустрії підробок, що забезпечує 8% ВВП Китаю та оплачує від 3 до 5 млн. робочих місць [4]. Саме тому державі досить складно розслідувати та знешкоджувати порушення прав власності, особливо в районах, що відомі як територія контрафакторів. Як би сильно не наполягали іноземні партнери, вимагаючи захисту прав інтелектуальної власності, зацікавленість місцевих співтовариств у виробництві контрафактної продукції більша ніж зацікавленість центральної

влади в його припиненні. Досить часто сам місцевий уряд має фінансові інтереси на ринках, де продаються підробки. Окрім того, перспективи різкого зростання безробіття внаслідок закриття підпільних підприємств китайську місцеву владу лякають набагато більше ніж покарання центральної влади. Ринок контрафакту приваблює покупців не лише низькими цінами, а й широким вибором. Американські фільми з'являються на дисках вже через декілька днів після початку прокату, що дозволяє китайцям купити новинку ще до того, як її почнуть показувати в кінотеатрах та навіть раніше ніж почнуть продавати в США. Окрім того, можна придбати заборонені урядом фільми та книги. Асортимент китайських підробок не вичерпується дисками, годинниками Rolex чи сумочками Louis Vuitton. Сьогодні китайці підроблюють практично все: починаючи від косметики і закінчуючи складними мікросхемами. Підробна батарейка чи запальничка – це одна ступінь ризику, набагато більшу занепокоєність викликає підробка таких товарів як сухе молоко, спиртні напої, пестициди, ліки, обладнання для літаків, коли в нього «забувають» включити всі необхідні компоненти.

За оцінкою Всесвітньої організації охорони здоров'я близько 8% всієї фармацевтичної продукції в світі – підробка. В країнах третього світу все більше розповсюджується контрафактних ліків, в тому числі китайських, від смертельних хвороб. Підробка розкривається лише тоді, коли прийом ліків не дає жодного результату.

Виробники контрафактної продукції, не зважаючи на її продаж за значно нижчими цінами, отримують високі прибутки. Скопіювати схему чи дизайн набагато швидше та простіше ніж розробляти. Наступна перевага – безкоштовний маркетинг, паразитування на чужих маркетингових успіхах. Крім того, виробники підробок не сплачують податки. Особливо важливим даний момент є для виробників спиртних напоїв, цигарок та товарів сегменту «люкс», що обкладаються високими акцизними зборами [5]. Фальсифікаторів не торкаються екологічні обмеження, вони не підпорядковуються державному нагляду, а тому можуть у виробництві продукції використовувати дешеві, а інколи отруйні речовини. Так, в епіцентрі скандалу опинився Фуян, де після годування молочною сумішшю померли 13 немовлят віком від 3 до 5 місяців. Розслідування інциденту виявило, що в 10 провінціях Китаю продавалася низькоякісна молочна суміш.

Зростаючу занепокоєність як китайської влади так і світового співтовариства викликає постійне збільшення споживання Китаєм природних ресурсів. Китай сьогодні спалює більше вугілля ніж США та Європа разом, окрім того щорічно він приблизно на 10% збільшує його споживання. Китай також став світовим лідером за викидами двоокисів вуглецю, що є головним компонентом парникового газу, який винен в глобальному потеплінні. Засвоївши любов до одноразових предметів, Китай

поступово перетворюється на смітник. Наразі Китай виробляє третину всього світового сміття. З 50 млн. тон всього отруйного цифрового сміття в світі на китайських звалищах опиняється 70%. Частково через значне збільшення стадів корів, кіз та іншої худоби в Китаї небувалими темпами відбувається опустелювання земель. За оцінками експертів, скоро близько 40% китайських земель перетворяться на пустелі. Землі, придатні для землеробства китайці шукають по всьому світу вже сьогодні. Кози та вівці винищують рослинний покрив та коріння, що втримує верхній родючий шар, таким чином пасовища поступово перетворюються на пустелю, окрім того протягом двадцятого сторіччя Китай знищив близько 75% лісів, що призвело до значної ерозії ґрунтів та постійних паводків.

В культурному, економічному та геополітичному відношенні Китай – це не лише Китайська Народна Республіка, а й Гонконг, центр підприємництва, що з 1997 року є окремою адміністративною одиницею з власною юрисдикцією, Тайвань, технологічно розвинений острів, який, незважаючи на спірний політичний статус, бере все активнішу участь в економічному житті Китаю та китайський Сінгапур, який сьогодні є центром розробки сучасних технологій та базою багатьох мультинаціональних компаній. Звісно, варто згадати й китайську діаспору, члени якою складають еліту ділового світу Південно-Східної Азії та беруть активну участь в ділових колах по всьому світу. Потенціал Китаю величезний і не має собі рівних: трудові ресурси, які не лише найбільші в світі, а й об'єднують величезну кількість вчених, інженерів, досвідчених керівників; сучасна інфраструктура, що розвивається величезними темпами; стрімкий розвиток нових технологій; величезні суми капіталу; домінуючі торговельні позиції; розуміння принципів ведення світового бізнесу та головні бази й регіональні штаб квартири багатонаціональних підприємств Азії. Економічні системи Гонконгу, Тайваню та Сінгапуру стають все більш залежними від бізнесу материкового Китаю. Їм присутні синергетичні ознаки капіталу, навичок, знань, людських ресурсів, знання ринку, що можуть забезпечити небачені раніше масштаби та темпи розвитку. Обсяг продажу товарів так званого Великого Китаю (КНР, Гонконг, Тайвань, Сінгапур) складає майже 1,4 трлн. Доларів США і поступається лише Європейському Союзу та США вдвічі перевищуючи обсяги продаж Японії. В умовах світової економіки, яка дедалі стає все більш глобалізованою, обсяг торгівлі Китаю закладає основи потужного ринкового впливу, оскільки рішення інших країн – учасників ринку з питань пов'язаних з торгівлею та економікою, обумовлені широким контекстом та їх інтересами в сфері експорту. Великий Китай стає центром величезної економіки Азії.

Вплив КНР спричинить багато чисельні наслідки світового масштабу: підвищення цін на енергоносії та предмети широкого вжитку, які поглинає швидкозростаюча китайська економіка, хвилі мігрантів з Центральної Америки та інших країн внаслідок розвалу традиційних для них праце

містких виробництв та в результаті – новий геополітичний порядок, де Китай посідатиме одну з провідних позицій [6].

Практично всі існуючі проблеми Китаю – це проблеми всього світу. Китай – країна, що змінюється практично щоденно, і зміни настроїв її споживачів, пріоритетів розвитку та попиту в інших країнах значно вплинуть не лише на розвиток Китаю, а й на світову економіку загалом.

Список використаних джерел:

1. К.Герт. Куда пойдет Китай, туда пойдет мир: Как Китайские потребители меняют правила игры — М.:ООО “Юнайтед Пресс”, 2011. - 271 с.
2. Оded Шенкар. Китай: век XXI. Развитие Китая, его влияние на мировую экономику и геополитическое равновесие — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. - 208 с.
3. Doing business 2010 report Economy Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/EconomyRankings/>.
4. Y.Yang. China`s Integration into the World Economy: Implications for Developing Countries. International Monetary Fund Working Paper, WP/03/245, 2003.
5. A Survey of Business in China, The Economist, March 20, 2004
6. New Opponents of Free Trade, The Wall Street Journal, 10 October 2003

Папин Д.И., м.н.с.

*Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт социально-экономического развития территорий
Российской академии наук
Россия, г. Вологда*

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ МСП РЕГИОНА

Экспорт – всегда был и остаётся ключевым вопросом национального развития. Его развитие и укрепление экспортного потенциала страны является одним из важнейших направлений экономической политики Российской Федерации на современном этапе. Это объясняется его исключительной значимостью как фактора развития национальной экономики. Развитие экспортного потенциала малого и среднего бизнеса в регионах сегодня становится действительно важным. Малые и средние предприятия больше приспособлены к рыночным условиям, имеют гибкую систему управления, но не обладают той финансовой, экономической и производственной мощностью, как крупные. Развитие потенциала малого и среднего бизнеса приведет к увеличению доли не сырьевого экспорта[1].

В связи с вступлением России в ВТО экспортно-ориентированному малому и среднему бизнесу Вологодской области придётся адаптироваться к новым угрозам, готовиться к повышенной конкуренции с иностранными