

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ КИТАЙСКОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ В РОССИИ

Прокина М.С.

*Прокина Мария Сергеевна – бакалавр,
направление: международные отношения,
специальность: экономика и политика стран Азии и Африки,
Институт стран Востока при Институте Востоковедения РАН, г. Москва*

Экономика Китая является самой динамично развивающейся, КНР по размеру номинального ВВП вышел на второе место в мире, став мировой индустриальной сверхдержавой. Многие страны сегодня, бесспорно, хотели бы повторить успех КНР [7].

Кроме того, давно доказано, насколько весомый вклад вносят крупные компании в развитие как мировой экономики, так и национальной экономики, поэтому для всех государств, в частности, для России является актуальным исследование китайской бизнес-модели и системы менеджмента и возможности их применения у себя. Безусловно, у китайской модели управления есть свои особенности, достоинства и недостатки, которые необходимо учитывать и адаптировать к своим условиям. Так, например, если говорить о положительных моментах, которые Россия может взять на заметку, то можно назвать следующие стороны китайской бизнес-модели.

Прежде всего, стоит отметить, что в стране созданы очень благоприятные условия для учреждения новых предприятий и развития малого бизнеса, что позволяет развиваться малым и средним предприятиям. Ежедневно здесь открываются до 15 тысяч новых компаний, и уже к 2016 году в стране было зарегистрировано около 5 млн. компаний. Особенно популярен у предпринимателей КНР сегмент электроники и информационных технологий, так как именно этим предприятиям правительство оказывает всяческое содействие, их деятельность освобождается от уплаты налогов и т.д. Такая политика позволила КНР стать крупнейшим в мире производителем электроники и комплектующих – сначала компании занимались лишь контрактным производством, собирая устройства от мировых брендов, теперь же производители КНР получили возможность выходить на мировой рынок с собственной продукцией [4]. В Китае достаточно легко открыть свое дело и это является большим плюсом. Такую систему вполне можно применить и в России, кроме того, в РФ уже созданы условия для развития малого и среднего бизнеса. Стоит вспомнить программу «дальневосточный гектар», направленную на развитие региона и создание благоприятных условий для фермерств. Между данной программой и китайской системой стимулирования малого и среднего бизнеса существует определенная параллель – государство, посредством различных льгот, послаблений, налоговых каникул и т.д. привлекает людей в отрасль, которую необходимо развивать. Так, для КНР в 80-х - 90-х годах было необходимо создание собственных технологий, и поэтому государство стало активно привлекать предпринимателей именно в эту сферу. Применяя данную систему в других отраслях в РФ, можно было бы добиться выведения на новый уровень тех сегментов, которые находятся на недостаточно высоком уровне.

Еще одной особенностью китайской экономики является высокий уровень конкуренции на национальном рынке. В связи с тем, что в КНР достаточно легко начать свой бизнес, на рынок постоянно выходят новые игроки с новой продукцией, и предпринимателям приходится постоянно адаптироваться к изменяющимся условиям – искать новые решения, ресурсы, материалы, изучать настроение и потребности потребителей, изучать своих конкурентов и задействовать максимум имеющихся ресурсов [6]. Именно такую черту, как амбициозность и умение приспосабливаться к предлагаемым условиям, российским малым и средним предприятиям необходимо взять на вооружение. Это также может быть полезно в условиях монополизации некоторых сегментов на рынке.

Следующий момент – скорость и масштабы производства. Китайский производитель славится своим умением производить много продукции, но главное – в установленные сроки. Зачастую временные проволочки заставляют российские компании терять большие средства, в то же время, в Китае важное значение имеет выполнение работы в срок. К тому же, на китайском рынке у производителей существует необходимость все время быть первым. Шанс завоевать потребителя есть только у того, кто первым выпускает новый товар на рынок, кто производит его в большем количестве. В отличие от российского производителя, китайские компании спокойно относятся к тому, чтобы выпустить на рынок пробный вариант продукции [3]. Иногда у производителя просто нет времени на то, чтобы провести весь необходимый комплекс испытаний и тестов. Ошибки, выявленные потребителями, исправляются уже позже. Российские же компании очень много времени уделяют испытаниям и исследованиям, стараясь довести продукт до идеального состояния. С одной стороны, российские производители могут взять на вооружение эту особенность – при производстве это могло бы сэкономить средства и время, и как следствие – конечную себестоимость продукта. Но с другой, это совершенно не значит, что на рынок можно выпускать некачественный продукт, что в прошлом часто случалось с китайскими компаниями.

Это необходимо учитывать, как и то, насколько терпим российский потребитель к качеству товаров. Все китайские компании начинают свое продвижение с производства товаров в низком ценовом сегменте, и только потом, постепенно развиваясь и накапливая технологии и опыт, переходят на более высокий уровень. Такая схема является очень эффективной, так как такой потребитель не ожидает получить товар высокого качества, что позволяет компаниям наращивать производство и постепенно расширяться. Очень мало китайских компаний начинали с производства высокотехнологичной и дорогой продукции. Для российских компаний в этом случае необходимо правильно расставлять приоритеты и определять свои возможности. Если для предпринимателя важно закрепиться на родном рынке, вполне возможно сделать ставку на масштабы производства, как и многие китайские компании. Благоприятным также является тот факт, что российский потребитель достаточно лоялен к качеству товаров, это также дает российским компаниям возможность использовать китайскую систему развития.

Еще одна важная особенность – это протекционистская политика. В КНР предпочтение отдается своим предпринимателям, государство оказывает им всяческую поддержку, чтобы те могли развивать свой бизнес. В то же время, китайские власти очень избирательно пускают на свою территорию иностранных предпринимателей, иногда их облагают большими налогами и предъявляют к ним большие требования. Благодаря этому компании в КНР практически не сталкиваются с конкуренцией со стороны иностранцев, ничто не мешает им развиваться и наращивать производство. РФ, скорее всего, сможет пойти по такому пути немного позже, так как страна сейчас наоборот пытается привлечь иностранные инвестиции [7].

Опыт Китая является очень ценным, российские компании могли бы многое перенять у своего восточного соседа, тем не менее, необходимо учитывать, что скопировать китайскую модель до деталей невозможно, так как две страны являются очень разными – то, что работает в КНР, может не сработать в России, поэтому каждую стратегию необходимо адаптировать.

Так, например, в России не получится добиться такой же низкой цены на продукт, как в КНР, в связи с некоторыми причинами. Во-первых, трудовые ресурсы в России несопоставимы с количеством рабочих рук в КНР. Во-вторых, территория РФ намного обширнее, поэтому доставка сырья или конечных продуктов будет стоить дороже, чем в КНР.

Также, в КНР система управления в компаниях во многом основана на конфуцианстве – человек должен трудиться на благо общества и ради процветания государства. Этой идеей пропитана и система управления в компаниях. Именно этой философией и отношением к работе отчасти объясняется трудолюбие китайцев [1]. В России, возможно, эта идея была бы полезна, но в настоящий момент она не может иметь место. Одной из причин невозможности внедрения идей конфуцианства в систему управления на российских предприятиях может быть неготовность россиян принять подобную философию. Как и основная часть европейцев, мы в большей степени озабочены собственными проблемами. Так, благополучие и достаток собственной семьи, удовлетворение от работы и т.д. для нас стоят на первом месте, поэтому одними лишь идеями о труде человека на благо общества компаниям не обойтись, кроме этого необходимы и другие методы стимулирования сотрудников (премии, продвижение по карьерной лестнице и т.д.).

В целом, подводя итог, стоит отметить, что сегодня можно многое позаимствовать у КНР, любой опыт, который принес успех, может оказаться очень полезным, и все же, у Китая России необходимо научиться в первую очередь умению приспосабливаться и умению адаптировать чужие идеи под свои условия. России, как и российским предприятиям, с моей точки зрения, необходимо найти свой уникальный путь развития, как когда-то это сделал Китай. Полностью использовать чужую модель невозможно, необходимо учитывать собственные реалии и особенности менталитета. Именно благодаря такой гибкой политике, приспособленной к условиям государства, особенностям исторического развития, менталитета людей и т.д. Китаю удалось достичь таких высот – если ранее КНР зависел от чужих разработок и полностью импортировал все технологии, то сегодня сам Китай поставляет миру свои изобретения и сам инвестирует в экономики государств. Китайские корпорации, руководствуясь той же самой политикой и пользуясь поддержкой государства, за несколько десятилетий догнали крупнейшие ТНК и теперь наряду с ними возглавляют списки самых влиятельных и прибыльных предприятий.

Список литературы

1. Ван Л. Особенности управления персоналом в Китае / Ван Л. // Молодой ученый. 2016. №28. С. 378-380.
2. Гусов А.З. Управление предпринимательской организацией как социально-экономической системой / Гусов, А.З. // Путеводитель предпринимателя. М.: Агентство печати «Наука и образование», 2013. № 20 С. 77–87.

3. *Жариков М.В.* Маркетинговые стратегии ведущих китайских компаний. / Жариков, М.В. // Экономика и управление. 2010. №1(62). С. 269-275.
4. *Кубышина Г.* Экономическая стратегия Китая: создание китайского общества среднего достатка / Кубышина, Г. // Обозреватель. 2007. - №1. С. 98-104.
5. Лю Ю. Управление персоналом на предприятиях Китайской Народной Республики / Лю Ю., Сухорукова Н.Ф. М.: ИНЖЕНЕРНАЯ ПЕДАГОГИКА, 2015. С. 31–40.
6. *Малявин В.* Китай управляемый: старый добрый менеджмент/ Малявин, В. М.: Европа. 2005. –С. 66
7. *Медведев Р.* Подъем Китая: что такое социализм по-китайски? / Медведев, Р. М.: Астрель, 2012.
8. *Разов С.С.* Китайская Народная Республика. Справочник. / Разов С.С. М.: Политиздат. 1989. С. 274.