

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КНР

Ян Фань

Белорусский государственный университет, г. Минск;

1124559046@qq.com;

Науч. рук. – Л. В. Филинская, канд. филос. наук, доц.

В публикации рассматриваются особенности развития предпринимательства в Китайской Народной Республике в последние 10 лет. Автор характеризует установки студенческой молодежи Китая на предпринимательскую деятельность. Проведен контент-анализ 146 эссе, написанных китайскими студентами 2 факультетов БГУ – международных отношений и экономического.

Ключевые слова: предпринимательство, малые и средние предприятия, мотивация.

Роль малых и средних предприятий частной формы собственности любого государства трудно переоценить. Именно благодаря развитию предпринимательства создаются новые рабочие места, внедряются технологии, что способствует росту экономической мощи любой страны. Предпринимательство - двигатель современной экономики.

После 1978 года, в результате реформы сельской экономической системы, малые и средние предприятия сначала начали значительно увеличиваться в форме поселковых и сельских предприятий.

Проводимые в начале 2000-х гг. реформы в Китае решили многие проблемы социально-экономического характера. Так, принятый в 2002 г. Закон "О стимулировании развития малых и средних предприятий", решил проблему дифференцирования предприятий по принципу укрупнения (упразднения различий отношений органов государственного управления с предприятиями малого, среднего и крупного сегмента)

В настоящее время малые и средние предприятия (МСП) – основа экономики Китая и движущая сила его экономического развития. Они играют важную роль в процессе экономических реформ. Во многих отраслях они занимают ведущие места. Малые и средние предприятия стали важным источником экономического роста Китая и их количество растёт.

Таблица 1

Количество МСП в Китае в 2017-2019 гг. [1]

Год	Количество предприятий, тысяч единиц	В том числе МСП, тысяч единиц
2017	6837	5129
2018	12547	10163
2019	14183	11630

Статистические данные свидетельствуют о том, что малые и средние предприятия составляют около 80 % от общего количества предприятий в стране, на них приходится около 85 % ВВП, 74,7 % дополнительной добавленной стоимости промышленной продукции, 46,2 % налоговых поступлений и 62,3 % экспорта, а также около 75 % рабочих мест в Китае.

Табл. 2

**Основные показатели деятельности субъектов малого
и среднего предпринимательства в Китае на период 2017-2019 гг. [2]**

Показатель	Годы			Отклонение, +/-		Темп роста, %	
	2017	2018	2019	2018 к 2017	2019 к 2018	2018 к 2017	2019 к 2018
Число предприятий, тысяч единиц	5129	10163	11630	5034	1467	198,15	114,43
Оборот, млрд. юаней	2458,4	4055,8	4940,5	1597,4	884,7	164,98	121,81
Доля МСП в ВВП, %	71,2	79,3	85,4	8,1	6,1	111,38	107,69

Наибольшую долю в обороте МСП имели предприятия обрабатывающей промышленности – 49,9 %. Также высок удельный вес оборота предприятий, занимающихся информационными технологиями – 19,6 %. По остальным видам деятельности доля в обороте существенно меньше. По коммерческой аренде и обслуживанию – 5,2 %, по торговле – 4,6 %.

Молодежь является наиболее креативной и динамичной частью современного общества и то, насколько она мотивирована к предпринимательской деятельности, влияет на конкурентоспособность и динамичность как экономики, так и общества в целом. Юноши и девушки в большей степени готовы к переменам, легче и быстрее адаптируются к новым условиям, что, в свою очередь, очень важно для современного общества.

В октябре 2020 г. – марте 2021 г. был проведен контент-анализ эссе, написанных китайскими студентами, которые обучаются в БГУ на двух факультетах – международных отношений и экономическом. Тема данного творческого задания «Почему я хочу/не хочу, могу/не могу быть предпринимателем». Всего было проанализировано 146 эссе. Цель контент-анализа – определить установки студенческой молодежи на предпринимательскую деятельность. Основным параметром в анализе был избран параметр – готовность в будущем открыть собственный бизнес. О своем желании в будущем стать предпринимателем заявили 92,5% авторов эссе. Основными мотивами их прихода в бизнес является: возможность улучшить материальное положение свое и своей семьи (30,4%), желание продолжить семейный бизнес, быть похожим на родителей, родственников (14,8%), возможность повысить социальный статус (4,4%), возможность доказать свои способности, добиться самоуважения (4,4%), создание социального богатства (16,3%), желание реализовать лидерские, властные амбиции (9,6%), возможность заниматься интересным и важным делом (1,5%), возможность быть самому себе хозяином, не зависеть от работодателя, обрести независимость, свободу самореализации (11,9%), возможность реализовать творческий, профессиональный потенциал, в том числе создать свой бренд (6,7%).

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что у студенческой молодежи Китая высокий уровень энтузиазма к занятию предпринимательской деятельностью.

Библиографические ссылки:

1. Китай [Электронный ресурс] // knoema.com: Бесплатные данные, статистика, анализ, визуализация и публикация – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9> – Дата доступа: 16.04.2021.
2. Улько, С.А. Современное положение малого и среднего предпринимательства в России и Китае / С. А. Улько [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/6/worldeconomy/Ulko.pdf>. – Дата доступа: 16.04.2021